

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA EKONOMICKÉ ŽURNALISTIKY

Podnikatelská etika a její aplikace v mediální firmě  
Business ethics and its application in a media company

Student:

Michala Gawelczykova

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Jana Gibarti, Ph.D.

Ostrava 2012

## Zadání bakalářské práce

Student: **Michala Gawelczyková**  
Studijní program: **B6202 Hospodářská politika a správa.**  
Studijní obor: **7202R020 Ekonomická žurnalistika**  
Téma: **Podnikatelská etika a její aplikace v mediální firmě**  
**Business Ethics and its Application in a Media Company**

### Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Vývoj podnikatelské etiky
  3. Aplikace podnikatelské etiky v mediální firmě
  4. Využití řešené problematiky v žurnalistice
  5. Závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Seznam příloh  
Přílohy

### Seznam doporučené odborné literatury:


BLÁHA, Jiří. *Podnikatelská etika – předpoklad úspěšného rozvoje organizace*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2001. 234 s. ISBN 80-248-0000-X.  
KRYMLÁKOVÁ, Hana a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009. 250 s. ISBN 978-80-248-2092-7.  
ROLNÝ, Ivo. *Globalizace, Etika, Ekonomika*. 3. vyd. Ostrava: KEY Publishing s. r. o., 2008. 281 s. ISBN 978-80-87071-62-5.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jana Gibartí, Ph.D.**

Datum zadání: 25.11.2011

Datum odevzdání: 11.05.2012

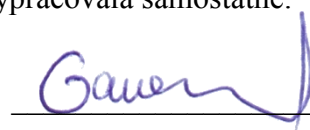
  
\_\_\_\_\_  
Doc. PhDr. PaedDr. Milan Sekanina, CSc.  
vedoucí katedry



  
\_\_\_\_\_  
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

S čistým svědomím můžu prohlásit, že jsem celou práci vypracovala samostatně.

Ostrava, 8. května 2012



Michala Gawelczykova

## **Poděkování**

Tímto bych chtěla poděkovat Ing. Janě Gibarti, Ph.D. za cenné rady a odborné vedení mé bakalářské práce.

## Obsah

1	Úvod.....	1
2	Vývoj podnikatelské etiky .....	3
2.1	Etika.....	3
2.2	Etika a náboženství .....	3
2.3	Podniková kultura.....	5
2.4	Charakteristika podnikatelské etiky.....	5
2.5	Vývoj podnikatelské etiky .....	6
2.6	Podnikatelská etika a její postavení v České republice .....	9
2.7	Význam podnikatelské etiky pro manažery.....	10
2.8	Nástroje podnikatelské etiky .....	10
2.9	Současné etické výzvy globálního světa .....	13
3	Aplikace podnikatelské etiky v mediální firmě .....	18
3.1	Etický kodex novináře .....	18
3.2	Společný etický kodex novinářů MF DNES a iDNES.cz .....	21
3.3	Kodex České televize .....	32
3.4	Porušení etických kodexů.....	44
4	Využití řešené problematiky v žurnalistice.....	46
4.1	Editorial .....	46
4.2	Úvodník - určeno pro klasické médium .....	48
4.3	Rozhovor .....	50
4.4	Anketa.....	54
5	Závěr .....	56
	Seznam použité literatury .....	58
	Seznam zkratk .....	61
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce.....	62
	Seznam příloh.....	63

# 1 Úvod

V dnešní době podnikatelské prostředí dosahuje stále většího významu, než tomu bylo třeba před 20 nebo 30 lety. V České republice se začala podnikatelská etika rozvíjet ještě daleko později ve srovnání s jinými západními zeměmi. Od té doby její čeští představitelé odvedli velký kus práce, protože bez jejich pomoci by nebyla zcela jistě tam, kde se nachází nyní. Došlo k tomu, že se stala důležitou součástí firem, zavedla se také její výuka na českých vysokých školách, pořádají se různá setkání a konference, které se snaží dostat podnikatelskou etiku do povědomí většiny společností. Z velké části je rozvoj a podpora podnikatelské etiky zásluhou Evropské unie, která se snaží prosadit etické jednání mezi jednotlivými podniky v globálním měřítku.

Bohužel i v dnešní moderní době se najdou stále odpůrci této problematiky jednak z řad manažerů nebo podnikatelů, kteří tvrdí, že podnikatelská etika v současných tržních podmínkách je zcela nereálná.

Cílem mé bakalářské práce bylo zohlednit veškeré aspekty týkající se podnikatelské etiky a zaměřit se na etické kodexy vybraných mediálních firem působících v České republice.

Bakalářská práce je tvořena kromě úvodu a závěru také ještě třemi dalšími kapitolami.

Po úvodu následuje druhá kapitola, ve které jsou vysvětleny základní klíčové pojmy, zabývající se etikou obecně, a hned po nich následuje podnikatelská etika a její vývoj u nás a ve světě. Druhá kapitola je zakončena problematikou současných etických výzev, které jsou důležitou součástí života každého z nás.

Třetí kapitola je věnována rozboru etických kodexů. V jejím úvodu je zmíněn Etický kodex novináře, který je důležitý pro všechna média. Po něm následuje Etický kodex deníku

MF DNES a jeho internetové podoby serveru iDNES.cz. Jsou zde detailně rozebrána interní pravidla, která mají obě redakce stanoveny ještě nad rámec etického kodexu. Další část tvoří rozbor Kodexu České televize. V samotném závěru jsou zmíněny případy, ve kterých došlo v letošním roce k pochybením, která byla v rozporu s Kodexem České televize a Etickým kodexem novináře.

Čtvrtá část této práce řeší danou problematiku z pohledu médií. Najdeme zde editorial, úvodník, interview a anketu.

Materiály k podnikatelské etice jsou k dispozici v Moravskoslezské vědecké knihovně v Ostravě, knihovně Ekonomické fakulty a na webových serverech. Z autorů věnujících se této disciplíně jsme vybrali zejména Jiřího Bláhu nebo Annu Putnovou, kteří se tímto problémem zabývají už delší dobu. Co se týče etických kodexů a jejich porušení, použitých ve třetí kapitole, je možné je nalézt na internetových stránkách konkrétního média případně na stránkách Syndikátu novinářů České republiky nebo Rady pro rozhlasové a televizní vysílání.

## 2 Vývoj podnikatelské etiky

### 2.1 Etika

Etika je odvozena z řeckého slova *éthos* čili mrav<sup>1</sup>. Předmětem této společenské vědní disciplíny je hlavně problém mravního dobra. Není divu, že se dříve pro etiku používal výraz mravověda. Rozdíl mezi těmito hlavními klíčovými pojmy tkví především v tom, že etika je teorií a morálka naopak samotnou praxí. Vztah etiky a morálky bývá velice často zobrazován jako přesýpací hodiny, kdy etika říká to, co by mělo být a morálka naopak to, co je. Morálka nebo také deskriptivní etika nám představuje to, čím se chceme řídit v našem životě. Jinak řečeno je to tedy jakýsi soubor morálních pravidel.

Etika jako věda je rozdělena také do mnoha kategorií, z nichž nejzákladnějšími a nejobecnějšími jsou dobro a zlo. Obecně je velice obtížné definovat slovo „dobrý“. Vysvětlíme to tedy velice zjednodušeně. To, co hodnotíme na jiném člověku jako dobré, užitečné a prospěšné, definujeme jako dobro. Zlo je logicky jeho přesným opakem. Jedinec tedy zná veškeré mravní zákony, ale sám se rozhodne jednat s nimi v nesouladu. V etice je kladen daleko větší důraz na mravní zlo, protože právě tím člověk porušuje mravní zákon.<sup>2</sup>

Otázkou dobra a zla se zabývali už filozofové ve starověkém Řecku, čímž velice ovlivnili etické teorie. Mezi nejznámější řecké filozofy jsou řazeni Platón, Sokrates a Aristoteles. Za zakladatele etiky bývá považován právě Aristoteles díky své knize *Nikomachova etika*, kterou napsal pro svého syna Nikomacha.<sup>3</sup> Aristoteles nazýval dobrými činy takové, které jsou uskutečňovány dobrým člověkem, a tvrdil, že právě rozum vede lidi k tomu, aby usilovali o stanovený cíl. Na Aristotela navazovali samozřejmě i další filozofové jako například Tomáš Akvinský nebo Immanuel Kant.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> BÍLÝ, Jiří. *Základy etiky, estetiky a religionistiky*. Praha: Eurolex, 2005. str. 11.

<sup>2</sup> tamtéž

<sup>3</sup> tamtéž

<sup>4</sup> KRYMLÁKOVÁ, Hana. *Etika a odpovědnost organizace*. Ostrava: VŠB-Technická univerzita Ostrava, 2009. 238 s.

<sup>4</sup> KRYMLÁKOVÁ, Hana. *Etika a odpovědnost organizace*. Ostrava: VŠB-Technická univerzita Ostrava, 2009. 238 s.



## 2.2 Etika a náboženství

Tak jako květina nemůže žít bez vody, tak podobně je tomu i u etiky a náboženství. Může se zdát, že tyto dva pojmy spolu vůbec nesouvisí, ale omyl. Jedná se o oblasti, které k sobě bezesporu patří. A proč? Protože jak etika, tak náboženství se dotýkají člověka a jeho jednání. Pomáhají nám hledat odpovědi na otázky, které nelze řešit podle rutinních vzorů chování nebo zvyklostí. Ikdyž jsou jednotlivá náboženství rozdílná, všechna mají něco společného, a to, že dokážou rozlišit mezi přiměřeným a naopak nepřiměřeným chováním. Náboženství má na etiku dá se říci nepřímý vliv. Může zdokonalovat a zároveň podporovat způsob myšlení, ale nikdy jej nemůže zcela nahradit.

Buddhismus je náboženství, jehož vznik souvisí s etickým zlomem v původním indickém náboženství. Ke spáse zde vede nikoliv správné uctívání bohů, ale právě eticky kvalitní život. Podle Budhy je tak zdrojem všeho zlého ono nevědomí. Poznání zde nabývá etického rozměru a je také hluboce ceněno.

Křesťanství má své etické zásady zakotvené v tzv. Desateru božích přikázání<sup>5</sup>. Většina si možná myslí, že jsou tyto etické normy určeny pouze věřícím, ale není tomu tak. Jejich morální obsah je určen všem lidem.

Podobně jako křesťanství je na tom judaismus. Podle něho totiž veškeré správné jednání se děje podle Tóry<sup>6</sup>, která obsahuje prvních pět knih hebrejské bible.

Islám a křesťanství jsou zcela odlišnými náboženstvími, ale jedno mají společné. Tak jako křesťanství má své morální hodnoty zakotvené v Bibli, islám považuje za svůj morální kodex Korán. K hlavním morálním hodnotám, které Korán uznává, řadíme čestnost a upřímnost. Naopak muslimové za nejtěžší hřích vůbec považují nevěru.

Česká republika patří mezi země, ve kterých nejvíce lidí nevěří v Boha. V posledních letech přibližně 60 % obyvatel naší země jsou ateisté. Podle jedné americké studie, provedené v roce 2009, bude Česká republika jedna z prvních zemí,

---

<sup>5</sup> Dle Starého zákona přinesl Mojžíš z hory Sinaj desky s Božími „směrnicemi pro nový život“, desatero: 1. V jednoho Boha věřití budeš, 2. Nevezmeš jména Božího nadarmo, 3. Pomni, abys den sváteční světil, 4. Cti otce svého i matku svou, 5. Nezabiješ, 6. Nesesmilníš, 7. Nepokradeš, 8. Nepromluvíš křivého svědectví, 9. Nepožádáš manželky bližního svého, 10. Aniž požádáš statku jeho.

<sup>6</sup> Tóra existovala nejprve jen v ústní podobě, ale později byla zaznamenána písemně a dalším výkladem rozvedena a doplněna (=talmud). Druhá verze talmudu vznikla v 5. st. a nese název Výroky otců. Tato část je pokládána za myšlenkové a zejména etické jádro talmudu.

kde náboženská víra zcela vymizí. Hned v těsném závěsu za námi je Austrálie, Rakousko, Kanada, Finsko, Irsko, Nizozemsko, Nový Zéland a také Švýcarsko.<sup>7</sup>

## 2.3 Podniková kultura

Než se dostaneme k samotnému termínu podniková kultura, měli bychom se zmínit o jejím obecném významu a neopomenout ani její propojení s etikou. Kultura se zasloužila o určité sociální sdružování lidí a zároveň byla hlavním aktérem v utváření morálky a také pochopení etiky. Její význam pochází z latinského „cultura“ což znamená obdělávání a zušlechťování půdy. V době osvícenství se tento pojem začal zaměřovat už nejen na zušlechťování půdy, ale také duchovních a fyzických sil člověka.<sup>8</sup>

A jak tedy chápeme podnikovou kulturu? Jedná se o určitý druh, který je součástí většího kulturního celku. Jde tedy o jakési základní a rozhodující představy vytvořené skupinou lidí, které jim umožní přizpůsobit se vnějšímu okolí a zároveň organizaci určitým způsobem vnitřně sjednotit. Tyto představy vytvořené organizací se tak stávají všeobecně platné a každý nový zaměstnanec se s nimi musí ztotožnit a naučit se je používat.<sup>9</sup>

Podniková kultura se týká nejen zaměstnanců, ale také zákazníků, dodavatelů atd. a stává se základem fungování podnikatelského subjektu.

Mnohdy se můžeme setkat vedle pojmu podniková kultura také s pojmy podniková image nebo identita.

V podnikové identitě jsou hlavními aktéry především majitelé podniku, kteří vytvářejí různé koncepce, zásady, normy a hodnoty nezbytné pro jeho chod. Jinými slovy se jedná o určitý stav, kterého chtějí majitelé podniku dosáhnout v budoucnu. Podniková kultura je potom určitou realizací výše zmíněné identity mezi všemi zaměstnanci.

Posledním pojmem je podniková image vysvětlující fungování podnikové identity a kultury uvnitř podniku. Mnohdy může dojít k tomu, že podniková image nemusí být pro veřejnost pouze pozitivní, ale také negativní.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Česko bude první země bez náboženské víry, říká americká studie. *Novinky.cz* [online]. 22. 3. 2011, [cit. 2012-03-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/veda-skoly/228484-cesko-bude-prvni-zeme-bez-nabozenske-viry-rika-americka-studie.html>>.

<sup>8</sup> ČANÍK, Petr. *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Oeconomica, 2006. s. 7.

<sup>9</sup> tamtéž

<sup>10</sup> tamtéž

## 2.4 Charakteristika podnikatelské etiky

Hned na začátku této práce jsme se zmiňovali o tom, že nás etika provází téměř ve všech oblastech lidského života. Není tomu jinak ani u ekonomické činnosti. Podnikatelská etika je vcelku nová disciplína. Můžeme ji definovat jako určité spojení etiky a ekonomiky. Jejím cílem je aplikovat etické hodnoty do podnikání a zaměřit se na veškeré morální a etické problémy, které se mohou objevit v průběhu podnikání. Díky stále se rozšiřujícímu mezinárodnímu obchodu a neustále sílící ekonomické globalizaci se stává podnikatelská etika součástí utváření nových ekonomických přístupů a není tedy pouze jakýmsi krátkodobým trendem. Určení etických pravidel v oblasti podnikání, v souladu s trvale udržitelným rozvojem, se v současnosti jeví jako nejefektivnější nástroj k řešení globálních problémů.

## 2.5 Vývoj podnikatelské etiky

Vzájemné propojení etiky a podnikání existuje od doby vzniku trhu. Prvním člověkem, který se zabýval otázkou odpovědnosti podnikání, byl nám již známý Adam Smith. S rokem 1759 se pojí dílo tohoto významného ekonoma nazvané *Theory of Moral Sentiments*. O téměř století později definuje Alfred Marshall ekonomii jako tzv. morální vědu s etickými kořeny. Podnikatelská etika jako vědní disciplína má své kořeny ve Spojených státech amerických. V 60. a 70. letech 20. století začaly vznikat nejrůznější instituce zabývající se problematikou spojení etiky a podnikání. V souvislosti s jejich vznikem se objevují první kurzy podnikatelské etiky, odborné publikace, ale také vědecké statě. Ze Spojených států amerických se přibližně v 80. letech minulého století tato vědní disciplína rozšířila do Evropy.<sup>11</sup>

Etika v podnikatelské činnosti se začíná objevovat v souvislosti s kapitalistickým podnikáním a výrazně se rozvíjí na počátku dvacátého století. Za klíčové datum, které mělo za následek zrození této disciplíny je považován rok 1974, kdy na kansaské univerzitě proběhla první konference. Profesní etika v ekonomické činnosti v období jejího vzniku byla typická více pro filozofy než pro ekonomy. Nelze opomenout významnou publikaci *Ethical Theory and Business* vydanou roku 1979 L. Beauchampem a Normanem E. Bowiem.

---

<sup>11</sup> KRYMLÁKOVÁ, Hana. *Etika a odpovědnost organizace*. Ostrava: VŠB-Technická univerzita Ostrava, 2009. 238 s.

Ve stejném roce vzniklo jedno z předních světových pracovišť s názvem Center for Business Ethics při univerzitě Bentley College. Člověkem, který stál za zrodem tohoto významného centra, byl Michael Hoffman.<sup>12</sup>

To byla nejdůležitější data let sedmdesátých a dostáváme se k osmdesátým létům, která můžeme nazvat obdobím rozvoje podnikatelské etiky jako mezioborového směru řešící vztah etiky a ekonomie. Etika v podnikatelské činnosti už není pouze doménou filozofů, ale zapojují se stále více ekonomové a sociologové. Hlavními tématy let osmdesátých se stávají liberální hodnoty a úloha svobodného trhu.

Za jednu ze zásadních knih, která vznikla v tomto období, můžeme označit stať Amartya Sena *On Ethics and Economics*. Autor v ní usiluje o spojení etiky a ekonomie a z tohoto pohledu rozlišuje dva odlišné názory na ekonomii. První z nich je etický, který upřednostňuje etické souvislosti. Druhý je technický, u kterého jsou nejdůležitější technické postupy a etickým otázkám není přisuzován tak velký význam.

V 80. letech začínají vznikat různé specializované odborné časopisy zabývající se propojením etiky a podnikání. K nejvýznamnějším časopisům té doby patřil bezesporu *Journal of Business Ethics* a *Business Ethics – An European Review*. Evropa se inspirovala Spojenými státy americkými a také při evropských univerzitách začala vznikat nová výzkumná centra zabývající se studiem podnikatelské etiky. Za zmínku stojí jedno z nejvýznamnějších, kterou bylo Nijenrode University v Nizozemsku.<sup>13</sup>

Pro posílení podnikatelské etiky mělo velký význam ustavení Kulatého stolu v Caux, které se uskutečnilo v roce 1986. Jednotlivé teorie podnikatelské etiky, ale také společenské odpovědnosti, začínají nabývat na významu a stávají se nedílnou součástí strategie firem. U Kulatého stolu usedlo 28 manažerů z Evropy, Japonska, ale také Severní Ameriky. Cílem manažerů bylo naplnit požadavky základních etických norem v mezinárodním obchodě. Zúčastnění manažeři vytvořili společný dokument, který nazvali *Principles for Business*. Jeho východiskem jsou dva hlavní etické ideály. Prvním je japonský pojem *kyosei*, který znamená žít a pracovat pro společné dobro. Druhým je samotná lidská důstojnost, kterou by měl mít každý v sobě.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> PUTNOVÁ, Anna. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 168 s.

<sup>13</sup> PUTNOVÁ, Anna. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 168 s.

<sup>14</sup> tamtéž

Mílovými kroky jsme se dostali do let devadesátých, která můžeme nazvat obdobím institucionalizace podnikatelské etiky. Toto období s sebou nese zvyšování počtu kurzů podnikatelské etiky na nejrůznějších ekonomických fakultách nejen v USA, ale také v Evropě. Začalo se uvažovat o vzniku speciálních kurzů pro manažery a studenty MBA.

Rok 1999 se stává významným mezníkem v oblasti podnikatelské etiky. Státy OECD podepsaly dokument, který nese název Corporate Governance a má zajistit správu a řízení obchodních společností. Obsahuje veškeré informace, které jsou potřebné pro etickou, sociální a environmentální politiku firem. Za jeho zrodem stály vyspělé státy světa, které se liší svou kulturou a tradicí, což vypovídá o tom, že se jednalo o velice významné posunutí kupředu v oblasti podnikatelské etiky. Na začátku 90. let se stále častěji začaly objevovat otázky související s ochrannou životního prostředí, které vedly k tomu, že se zástupci OSN v roce 1997 dohodli na snížení emisí skleníkových plynů.<sup>15</sup>

Začátek 21. století se nevyznačoval jenom klady, ale naopak první roky nového tisíciletí s sebou přinesly pro podnikatelskou etiku určitou míru zklamání. Stále častěji se začaly objevovat účetní podvody amerických, ale také evropských společností, které se zasloužily o to, že se začalo spekulovat o smysluplnosti dlouholetého budování etického systému řízení.

Na základě těchto nepříjemných skutečností se rozhodl americký kongres přijmout v roce 2002 tzv. Sarbanes-Oxleyho zákon. Ten managementu společnosti ukládá přijmout zodpovědnost za správnost veškerých finančních zpráv a zároveň stanovuje, že management má povinnost vytvářet, udržovat, ale také vyhodnocovat vnitřní kontrolní systém. Celý tento nově zavedený systém má za cíl vést podrobnější dokumentace a zároveň zlepšovat informovanost o celkových finančních záležitostech firmy.<sup>16</sup>

Došlo k velkému převratu v souvislosti s obchodováním s cennými papíry. Společnosti, které se ho účastní na newyorské burze, jsou povinny mít etický kodex. Změnou prochází také samotní manažeři. Nezastávají svou funkci pouze jako tzv. manažerskou roli, ale stávají se také tzv. mravní autoritou, která s sebou přináší pocit větší důvěryhodnosti a také zdokonaluje prostředí uvnitř firmy.

---

<sup>15</sup> PUTNOVÁ, Anna. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 168 s.

<sup>16</sup> tamtéž

Nové tisíciletí nebylo zahájeno úplně nejlépe. Finanční krize, která odstartovala v roce 2001 v USA, se dotkla snad všech národních ekonomik. Díky ní začala být podnikatelské etice přisuzována daleko větší váha, která napomohla k rozvoji nových ekonomických aktivit.

## **2.6 Podnikatelská etika a její postavení v České republice**

Jak již bylo řečeno dříve v textu, podnikatelská etika jako samostatná disciplína, se ve světě začala objevovat v průběhu 60. a 70. let. V Československu a posléze v České republice to bylo přibližně o dvacet let později.

Začátek devadesátých let se nesl v duchu privatizace a transformace ekonomiky, což mělo za následek, že podnikatelské etice nebyla věnována příliš velká pozornost. I přes to, že etika podnikání zůstávala v první polovině devadesátých let spíše v pozadí, vznikla roku 1994 Společnost pro etiku v ekonomice při Národohospodářském ústavu AV v Praze<sup>17</sup>, která dala prostor vzniknout nejrozličnějším textům zabývajícím se problematikou etiky a podnikání. Následně byla zahájena výuka etiky v podnikání na Vysoké škole ekonomické v Praze.

V druhé polovině let devadesátých stále více přibývalo učebních textů řešících problematiku podnikatelské etiky. Čím dál větší zájem o ni začala projevovala média. Tato doba s sebou přinesla privatizační skandály a podezřelé obchodní transakce, což vedlo k tomu, že roku 1998 se stala podnikatelská etika jedním z volebních témat. „Čisté ruce“, jak se projekt jmenoval, si kladl za cíl zlepšit morálku nejen v podnikatelských, ale také v politických aktivitách. Projekt se ovšem dlouho neudržel, protože již v roce 2000 byl pozastaven z důvodu nedostatku finančních prostředků.<sup>18</sup>

Rok 1999 se stal pro podnikatelskou etiku velice významným rokem, protože došlo k založení Etického fóra. Šlo o občanské sdružení, které se snažilo podporovat na základě tradic evropské kultury a civilizace veškeré aktivity prosazující etiku a také etické chování ve všech oblastech lidského života, tedy např. ve zdravotnictví, ve vědě, v kultuře, politice nebo třeba v podnikání. Na vysokých školách ekonomického zaměření se podnikatelská etika zařadila do výuky, čímž se Česká republika začlenila

---

<sup>17</sup> PUTNOVÁ, Anna. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 168 s.

<sup>18</sup> tamtéž

mezi standardní vyspělé země. Můžeme tedy říci, že devadesátá léta napomohla k tomu, aby se manažeři začali podstatně více věnovat podnikatelské etice.<sup>19</sup>

Také v České republice, obdobně jako v rozvinutých zemích, se podnikatelská etika stala disciplínou, která nabízí vzdělání na vysokých školách zejména ekonomického charakteru. Následně byl v roce 2000 dokončen výzkumný program, který trval tři roky, a nesl název „Etika podnikání jako součást začlenění ČR do EU“.

Ve stejném roce byl zvolen první český ombudsman, kterým se stal JUDr. Otakar Motejl. Ve své funkci setrval celkem dvě funkční období a v roce 2010 zemřel ve věku 77 let. Jeho nástupce je JUDr. Pavel Varvařovský.

Od roku 2001 se tématu podnikatelská etika věnuje také konference v Parlamentu České republiky.<sup>20</sup>

## 2.7 Význam podnikatelské etiky pro manažery

V současné době je podnikatelská etika spíše úřední záležitostí, než aby byla využívána jednotlivými manažery v praxi. Samotná institucionalizace etiky může přinést určitou formální důležitost, ale nemůže plně nahradit individuální přístup k etice každého manažera. Je smutné, že podnikatelská etika se dostala do takového stádia, že některé neetické manažerské metody bývají obdivovány u těch, kteří chtějí za každou cenu zvýšit své výnosy. Hlavním kamenem úrazu je především to, že v případě neetického jednání nemůže zasáhnout státní správa a manažeři se domnívají, že v případě pochybení nemusejí nést za své chyby zodpovědnost. Mnozí se totiž řídí tím, že co není zakázáno, je dovoleno.<sup>21</sup>

Dlouhá staletí existují pouze dvě instituce, které znázorňují mravní ideály. Jsou jimi církve a univerzity. Přirozené uplatňování etiky, jak v podnikání, tak ve veřejné správě, závisí především na výchově mladé generace, na příkladech chování vedoucích společností a na výsledcích dosažených poctivou pracovní činností. Jak již bylo řečeno výše, jsme to pouze my sami a naše přesvědčení o tom, jak chápeme význam etiky. Manažer nemůže být pouze přesvědčen o správnosti a přínosu etiky, ale měl by také být schopen proti neetickému chování vystoupit a také mu případně zabránit.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> tamtéž

<sup>20</sup> PUTNOVÁ, Anna. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 168 s.

<sup>21</sup> BLÁHA, Jiří. *Manažerská etika*. Praha: Management Press, 2003. 155 s.

<sup>22</sup> tamtéž

## 2.8 Nástroje podnikatelské etiky

Nástrojů podnikatelské etiky existuje mnoho. My je rozdělíme na dvě hlavní kategorie - na *interní* a *externí*. K interním nástrojům řadíme takové, které má podnik pod kontrolou a pomocí nichž je schopen ovlivňovat své etické chování. Externími nástroji je možné ovlivnit celkové etické chování ve společnosti.<sup>23</sup>

**Do interních nástrojů firem patří nejčastěji etické kodexy organizace, etický audit nebo transparentnost.**

### Etický kodex

Etický kodex se v současné době stává stále žádanější a provází nás téměř ve všech oblastech společenského života. Jeho kořeny sahají až k Hippokratově přísaze, která vznikla asi před 2 400 lety.<sup>24</sup> Je hojně využíván v USA kde ho má zpracováno 70 % firem, v České republice jen přibližně 20 %.

Etickým kodexem je určitý systematicky zpracovaný soubor norem a předpisů, které upravují vzájemné vztahy mezi lidmi v určité organizaci.<sup>25</sup> Jeho přijetí bývá obvykle spjato s příchodem nového vlastníka firmy nebo vrcholové managementu.

Má nejen své příznivce, ale také odpůrce. Odpůrci argumentují tím, že se jedná o ztrátu času a také, že chování jednotlivců je dáno hodnotami, které si získali v průběhu života a ne konkrétními psanými kodexy. Naopak přínos bývá zejména v tom, že člověk, který rozhoduje, má mít určité vodítko a jasné dané morální zásady, na základě kterých může postupovat.

K zpracování etických kodexů se používají převážně dva základní modely. Prvním z nich je skandinávský, při jehož tvorbě se zohledňuje názor co největšího počtu zaměstnanců. Naopak druhým je tzv. americký model, který vytváří majitelé podniků případně management.<sup>26</sup>

A jak by měl správný etický kodex vypadat? V první řadě by mělo být dodrženo pravidlo, že se postupuje od obecného ke konkrétnímu. V úvodu by se měl objevit závazek organizace k etickému chování a také nejdůležitější mravní hodnoty, kterými se chce podnik řídit. Jednou z důležitých zásad je samozřejmě vymezení konkrétních mravních závazků vůči jednotlivým subjektům a také způsoby jednání jednotlivých

<sup>23</sup> ČANÍK, Petr. *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Oeconomica, 2006. 123 s.

<sup>24</sup> KRYMLÁKOVÁ, Hana. *Etika a odpovědnost organizace*. Ostrava: VŠB – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA, 2009. s. 199.

<sup>25</sup> PUTNOVÁ, Anna. *Sociální vztahy a etika podnikání*. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. s. 19.

<sup>26</sup> ČANÍK, Petr. *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Oeconomica, 2006. 123 s.



pracovníků nebo manažerů. V závěru etického kodexu by se měl objevit jednoduchý metodický postup mravního rozhodování, který by měl sloužit každému zaměstnanci při řešení konkrétních problémů souvisejících s etikou.<sup>27</sup>

### **Etický audit**

Hlavním úkolem etického auditu je poskytovat informace nejen managementu podniku, ale také akcionářům, dodavatelům a odběratelům. V současné době je spíše doménou zahraničních firem. V České republice není příliš rozšířen. Zavedení etického auditu ve firmě vyžaduje určitou dávku odvahy zejména ze strany managementu, protože na základě etického auditu se prokáže, zda je management skutečně morální autoritou ve firmě.<sup>28</sup>

### **Transparentnost**

Transparentnost nebo také součást spravedlnosti je významnou složkou při hodnocení firmy pro zahraniční investory. Dostatečná informovanost a transparentnost má za následek snížení neetického chování ve státní nebo podnikatelské sféře. V současné době nalezneme obrovské množství informací o dané firmě také na internetu.<sup>29</sup>

**Naopak mezi externí nástroje podnikatelské etiky řadíme např. protikorupční linky a jiné anonymní informační linky nebo Copy Advice.**

### **Protikorupční linky a anonymní informační linky**

Informační linky bývají nejčastěji zaváděny různými státními institucemi a slouží k eliminování negativních společenských jevů jako je korupce nebo zneužití moci veřejného činitele. Jako příklad můžeme uvést protikorupční linku Ministerstva vnitra České republiky.<sup>30</sup>

### **Copy Advice**

---

<sup>27</sup> PUTNOVÁ, Anna. *Sociální vztahy a etika podnikání*. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. 168 s.

<sup>28</sup> PUTNOVÁ, Anna. *Sociální vztahy a etika podnikání*. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. 168 s.

<sup>29</sup> tamtéž

<sup>30</sup> ČANÍK, Petr. *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Oeconomica, 2006. 123 s.

Copy Advice posuzuje reklamní kampaně před jejím uvedením na trh a je jedním z nástrojů Rady pro reklamu.<sup>31</sup>

## 2.9 Současné etické výzvy globálního světa

V závěru kapitoly o podnikatelské etice bychom se ještě měli zmínit o některých problémech, které s ní, ale i s její obecnou podobou, bezesporu souvisí.

V současné době je pojem globalizace velice používaný. Slyšíme ho z úst politiků, ekonomů nebo ekologů. Samotný termín pochází z latinského slova „globus“ neboli koule. Poprvé spatřilo slovo globalizace světlo světa 10. 5. 1962 a o její zrození se zasloužily britské noviny The Spectator. Globalizaci lze definovat jako určité sjednocování zájmů lidí celé planety, které má dlouhodobý charakter. Tento proces probíhá na všech úrovních lidského života.<sup>32</sup>

K nejvážnějším globálním problémům naší planety patří bezesporu problém surovinový a energetický, problém zemí 3. světa, problém růstu obyvatelstva a také jeho výživy nebo problém ochrany životního prostředí. K sekundárním se řadí například nezaměstnanost, problém výpočetní techniky a informací nebo také rozdělení zisku. Všechny výše zmíněné problémy mají mezi sebou velice úzké vazby a jde tedy o určitý dynamický systém. Zmíníme některé z nich.<sup>33</sup>

### *Surovinový a energetický problém*

V současné době se nacházíme v období, pro které je příznačné velké množství produkce. Ta je neodmyslitelně spjata s využitím nejen přírodních surovin, ale převážně energie. Nebylo tomu tak vždy. Změna nastala ve 20. století, kdy bylo dokázáno, že od konce druhé světové války se spotřebovalo nejvíce nerostných surovin za celé dějiny lidstva.

V dnešní době se spotřebovává při výrobě velké množství surovin a energie. I přes veškerou racionalizaci a úsporné programy roste neustále spotřeba energetických surovin. Tuto situaci se snaží řešit nejvyspělejší ekonomiky světa pomocí alternativních zdrojů energie.

---

<sup>31</sup> tamtéž

<sup>32</sup> ROLNÝ, Ivo. *Globalizace, etika, ekonomika*. Ostrava: Key Publishing, 2008. 281 s.

<sup>33</sup> SEKNÍČKA, Pavel. *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: Codex Bohemia, 1997. 188 s.

V čem tedy tkví zásadní problém? Lidé čerpali surovinové a energetické zdroje nerovnoměrně, díky čemuž vznikla deformace strukturální skladby. Druhým problémem je to, že přírodní zdroje jsou jinak rozmístěny než výrobní kapacity.

Tato situace byla velice dobře pozorovatelná v 70. letech minulého století, kdy surovinová a energetická nestabilita se staly zdrojem globální nerovnováhy. Příkladem je ropná krize v těchto letech, která postihla všechny ekonomiky světa a zároveň vyvolala cenovou nestabilitu na trzích ropy a zemního plynu.

V současnosti vyřešit globální problém spojený se surovinami a energií není jednoduchý. Jednou z možných cest k nápravě je hledání etických globálních zájmů, které musí vytvářet základnu pro efektivní a mravně přijatelné řešení.<sup>34</sup>

### ***Problém růstu počtu obyvatelstva a jeho výživy***

Růst počtu obyvatel a jeho výživa, jsou problémy, které jsou spojeny doslova pupeční šňůrou a jsou považovány za jeden z nejvážnějších. Ikdyž se situace zejména v rozvinutých zemích za poslední roky trochu uklidnila, a populační přírůstky už nejsou takové jako v minulosti, problém výživy ve světě a převážně v těchto zemích stále trvá.

Světovou produkci potravin ovlivňuje nerovnoměrnost ve výrobě a v rozdělování. Oba tyto problémy má za následek rozdílná ekonomická úroveň v rozvojových a rozvinutých zemích světa. Například v rozvojových oblastech dochází k rozdílu mezi výrobou a počtem obyvatelstva, který výrazně převyšuje výrobu.<sup>35</sup>

Jedním z možných řešení je potravinová pomoc, která bývá realizována nejrozličnějšími mezinárodními organizacemi. Musíme dobře zvážit, kdy je tento druh pomoci skutečně účinný.

Evropská unie má také jeden z programů na potravinovou pomoc nejchudším státům unie. V únoru letošního roku schválil Evropský parlament tento program, který funguje už od roku 1987 v rámci společné zemědělské politiky, s ročním rozpočtovým stropem 500 milionů eur.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> SEKNIČKA, Pavel. *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: Codex Bohemia, 1997. 188 s.

<sup>35</sup> tamtéž

<sup>36</sup> ČTK. Brusel prodlouží potravinovou pomoc pro nejchudší obyvatele unie. *Týden.cz* [online]. 15. 2. 2012, [cit. 2012-03-10]. Dostupný z WWW: <[http://www.tyden.cz/rubriky/zahranici/evropa/brusel-prodlouzi-potravinovou-pomoc-pro-nejchudsi-obyvatele-unie\\_225411.html](http://www.tyden.cz/rubriky/zahranici/evropa/brusel-prodlouzi-potravinovou-pomoc-pro-nejchudsi-obyvatele-unie_225411.html)>.

Česká republika se k tomu staví naopak trochu skepticky. Zastává názor, že o ty nejchudší by se měly starat výlučně národní státy samy.<sup>37</sup>

### ***Problém zaostalosti zemí třetího světa***

Problém zaostalosti se může jevit pouze jako problém rozvojových zemí. Skutečnost je taková, že již dosáhl globálního rozměru. Výše zmíněný problém s sebou nese spoustu potíží od národohospodářských (například nízká výkonnost a specializace zemědělské výroby), technických (například zaostalá komunikační infrastruktura), demografických (například vysoká míra porodnosti), kulturních (například nízká úroveň všeobecné vzdělanosti) a politických (například korupce nebo byrokracie).

Významným mezníkem v mezinárodním obchodě mezi rozvojovými a vyspělými zeměmi znamenalo vytvoření dohody GATT neboli Všeobecná dohoda o clech a obchodu, která se zasloužila o liberalizaci zahraničního obchodu mezi rozvojovými a vyspělými zeměmi.

A jak nejlépe lze daný problém vyřešit? Z etického pohledu je nejdůležitější odstranit rozdílný přístup, který mají vyspělé země k rozvojovým. Nese to s sebou především nastolování etických pravidel, která by vnesla spravedlnost do mezinárodního obchodu.<sup>38</sup>

### ***Problém ochrany životního prostředí***

Problémem životního prostředí se zabývají vlády celého světa, včetně České republiky. Na Ostravsku nebo Karvinsku lidé žijí ve velmi znečištěném prostředí, což se samozřejmě podepíše na jejich zdravotním stavu. Město se snažilo ovlivnit snížení dopravy v Ostravě pomocí akce dopravního podniku s názvem „Akce smog“. Řidiči ale prostředky MHD nevyužívali, jezdili auty ve stejném rozsahu, celá akce nesplnila očekávaný záměr.

Bohužel nejde jenom o problém týkající se naší republiky, ale všech ekonomicky vyspělých zemí světa. Na zhoršující kvalitě životního prostředí se podílí doprava, průmysl, energetika nebo zemědělství. Znečišťovateli v těchto oblastech bývají odpadní vody z průmyslových závodů, hluk způsobený činností strojů, motorových vozidel a letadel a vliv chemických prostředků na přírodu.

---

<sup>37</sup> SEHNALOVÁ, O. et al. Evropská potravinová pomoc chudým funguje. Proč ji rušit? *Evropské zprávy* [online]. 15. 2. 2012, [cit. 2012-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.evropskezpravy.cz/aktuality/evropska-potravinova-pomoc-chudym-funguje-proc-ji-rusit>>.

<sup>38</sup> SEKNIČKA, Pavel. *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: Codex Bohemia, 1997. 188 s.

Kvalita ovzduší bývá nejhorší v místech, kde se nachází těžký průmysl jako na zmíněném Ostravsku nebo Karvinsku. V regionu se nachází jedni z největších znečišťovatelů, společnosti Arcelor Mittal nebo Třinecké železářny. Arcelor Mittal se objevuje v žebříčcích prvních deseti podniků ohledně rakovinotvorných, reprotoxických, mutagenních a dalších látek.

Ve světě tomu také není jinak. Země s největším znečištěným ovzduším jsou Írán, Pákistán a Indie. Naopak až na konci pomyslného žebříčku se nachází Kanada a Spojené státy americké.<sup>39</sup>

Otázkou zůstává, jak daný ekologický problém vyřešit. K překonání problému bude zapotřebí přínosný a hlubší mezioborový vztah etiky a etologie.<sup>40</sup>

### ***Problém nezaměstnanosti***

Nezaměstnanost se řadí k dalším problémům globálního charakteru, se kterým se dnes potýká mnoho zemí světa s různou vyspělostí ekonomického a politického systému. Některé státy Evropské unie balancují na hranici až desetiprocentní nezaměstnanosti. Evropa se nesmí nacházet v situaci, že ekonomika funguje docela dobře, ale mnoho obyvatel nemůže najít práci.<sup>41</sup>

Bílá kniha vydaná v roce 1994 Evropskou komisí, rozeznává tři hlavní faktory, které způsobují nezaměstnanost:

1. **Strukturální problémy** vyřazují z trhu práce mnoho lidí z důvodu jejich kvalifikace nebo produktivity, která je neopravňuje k tomu získat mzdu nebo plat. Ruku v ruce jde s tímto problémem také tzv. zeštíhlování podniků, kdy se firmy snaží ušetřit své náklady na úkor zaměstnanců. Může se stát, že se situace dotkne také vyspělých konzervativních zemí jako je třeba Francie nebo Německo, protože budou muset obstát v procesu „megakonkurence“ s Japonskem nebo se Spojenými státy americkými.
2. **Konjunkturální příčiny** se váží na hospodářský cyklus v kapitálově orientované ekonomice. Nejhorší situace nastává v období deprese ekonomiky, protože stát

---

<sup>39</sup> ČTK. Nejvíce znečištěné ovzduší je v Íránu, Pákistánu a Indii. *ekolist.cz* [online]. 27. 9. 2011, [cit. 2012-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/who-nejvic-zneclistene-ovzdusi-je-v-iranu-pakistanu-a-indii>>.

<sup>40</sup> SEKNIČKA, Pavel. *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: Codex Bohemia, 1997. 188 s.

<sup>41</sup> tamtéž

musí vydávat větší obnos v podobě podpor v nezaměstnanosti a finanční prostředky na programy, které mohou snížit míru nezaměstnanosti.

3. **Technologický pokrok** s sebou nese kladení značného důrazu na strukturální změny na trhu práce a zároveň požadavky na vysokou kvalifikaci pracovní síly.<sup>42</sup>

Etické otázky týkající se nezaměstnanosti by měly najít své místo v rodící se hodnotové struktuře v ekonomickém životě. Velice důležité jsou etické aspekty a sociální důsledky nezaměstnanosti. Obrovský význam je přisuzován kvalitě sociální záchranné sítě, díky níž musí být garantovány určité hodnoty, kterými jsou spravedlnost, respektování důstojnosti člověka a úcta k životu.<sup>43</sup>

A jak jsou na tom státy se svou nezaměstnaností v rámci Evropské unie? Evropský statistický úřad vydal v lednu zprávu vykazující míru nezaměstnanosti 10,1 %. Nejhůře je na tom Španělsko, kde se míra nezaměstnanosti vyšplhala na 23,3 %. Jak je patrné z grafu 2.1, hned v těsném závěsu se drží Řecko, které vykazovalo v listopadu loňského roku nezaměstnanost na úrovni 19,9 %. Na třetím místě a zároveň na čtvrtém se umístilo Portugalsko s Irskem vykazující hodnotu nezaměstnanosti 14,8 %. Naopak nejlépe je na tom Rakousko, kde s mírou nezaměstnanosti 4 % v lednu letošního roku. V těsném závěsu za ním jsou Nizozemsko s Lucemburskem s hodnotami okolo 5 %.<sup>44</sup>

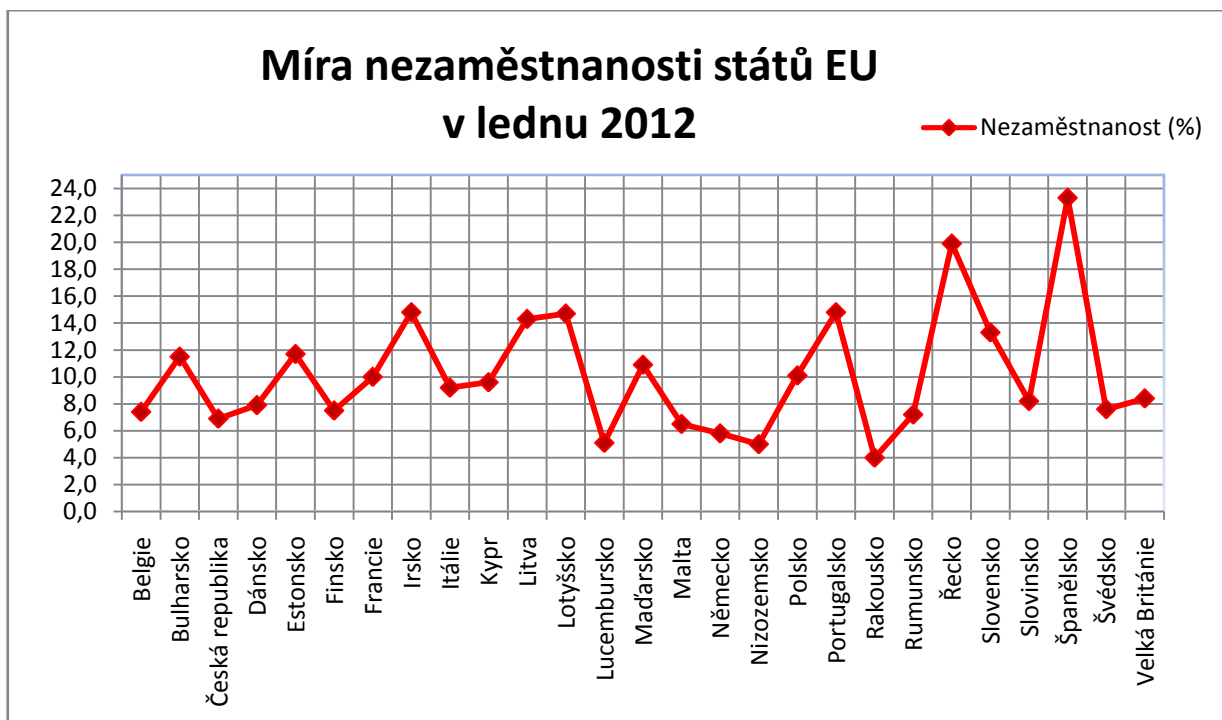
Graf: 2.1

---

<sup>42</sup> tamtéž

<sup>43</sup> SEKNIČKA, Pavel. *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: Codex Bohemia, 1997. 188 s.

<sup>44</sup> HÁJEK, M. Rekordní nezaměstnanost v EU 10,7 procenta. V Česku „jen“ 7 procent. *Eurozprávy.cz* [online]. 1. 3. 2012, [cit. 2012-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://ekonomika.eurozpravy.cz/evropa/44879-rekordni-nezamestnanost-v-eu-10-7-procenta-v-cesku-jen-7-procent/>>.



Zdroj: Eurostat. Databázová tabulka míry nezaměstnanosti. Vlastní zpracování 2012.

### 3 Aplikace podnikatelské etiky v mediální firmě

Jak již bylo řečeno v předchozí kapitole, jedním z hlavních nástrojů podnikatelské etiky jsou etické kodexy. Tato kapitola bude proto věnována rozboru etických kodexů a interních pravidel různých mediálních firem.

#### 3.1 Etický kodex novináře

Nejen mediální firmy samotné, ale také novináři se musí řídit určitými etickými pravidly, která jsou pro jejich práci nezbytná. Syndikát novinářů České republiky vypracoval dle mezinárodních a národních dokumentů Etický kodex novináře. Tento dokument je závazný pro všechny novináře na našem území.

Syndikát novinářů České republiky je dobrovolným profesním sdružením novinářů. Jeho členem se může stát každý aktivní novinář, který vykonává svou profesi na hlavní pracovní poměr nebo případně spolupracuje s více redakcemi.<sup>45</sup>

V rámci Syndikátu novinářů České republiky funguje také Komise pro etiku, jejíž hlavní funkcí je naplňovat Ústavu Mezinárodní federace novinářů a závěry deklarací

<sup>45</sup> SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Syndikát novinářů [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/3/5/syndikat/syndikat>>.

světových kongresů Mezinárodní federace novinářů. Komise pro etiku zároveň vydává obecná doporučení a konkrétní stanoviska k určitým případům porušení novinářské etiky.

Novinářská etika je součástí profesionality novinářské profese. Komise pro etiku působí na celém území České republiky a závěry, které učiní, jsou závazné pro všechny novináře pracující v soukromém nebo veřejnoprávním médiu.<sup>46</sup>

Dle konference ministrů, kteří se zúčastnili 4. Evropské konference o politice hromadných sdělovacích prostředků konané v prosinci roku 1994 v Praze<sup>47</sup>, bylo rozhodnuto, že veškeré kodexy mají být novináři přijaty dobrovolně a zároveň mají být dobrovolně uplatňovány. Práce novináře je totiž založena na právu svobody projevu, které je zakotveno v článku 10 Evropské konvence o lidských právech. Jedním z hlavních cílů je sladit práva a svobody novinářů se svobodami občanů takovým způsobem, aby nedocházelo ke konfliktům.

#### **Etický kodex novináře lze rozdělit do tří hlavních kategorií:**

- **Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace**

V článku 17 Listiny základních práv a svobod, která je nedílnou součástí Ústavy České republiky, je uvedeno, že občan demokratického státu má právo na informace, které mají v náplni práce právě novináři. Novinář se musí postarat o to, aby informace, které veřejnosti podává, byly včasné, úplné, pravdivé a nezkreslené a zároveň také nese za ně plnou zodpovědnost. Novináři z toho plynou určité povinnosti, které jsou vymezeny v následujících bodech:

1. novinář by měl zveřejňovat pouze informace, které má podložené a zná jejich původ,
2. musí podávat veřejnosti pravdivé informace bez ohledu na důsledky, které mu z toho následně vyplývají,
3. řídit se osobním názorem v tomto případě také není to pravé, protože novinář musí dokázat oddělit fakta a svůj osobní názor, ikdyž je to mnohdy skutečně těžké,
4. novináři mají povinnost hájit svobodu tisku a svobodu jiných médií,
5. státní orgány nemají právo jakkoliv zasahovat do sdělení a snažit se ovlivnit a zkreslit pravdivé informace,

---

<sup>46</sup> SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Komise pro etiku [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/etika>>.

<sup>47</sup> SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Etický kodex novináře [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>.



6. novinář nesmí za žádných okolností připustit, aby byla vydávána pouze domněnka, ve které jsou navíc zamlčeny důležité informace,
7. novinář nesmí používat jakékoliv nepoctivé prostředky, které mu poslouží k získání informace, fotografie nebo dokumentu na úkor dobré víry kohokoliv.<sup>48</sup>

- **Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice**

Novinář se při své profesi setkává neustále s novými lidmi a výkonem své profese se stává odpovědný veřejnosti. V tomto případě se od něj vyžaduje vysoká profesionalita, která je rovněž ošetřena několika body v Etickém kodexu novináře:

1. novinář je zodpovědný za veškeré materiály, které uveřejní,
2. měl by eliminovat veškeré činnosti, které by ho mohli vést ke střetu zájmů,
3. novinář nesmí přijímat žádné hodnotné dary, které souvisí s jeho novinářskou profesí,
4. novinář nesmí zneužívat své profese vztažmo k reklamním pracovníkům, přijímat odměny od zájemců o reklamu a také se nesmí podílet na publikování skryté reklamy,
5. novinář nesmí přijímat peníze ve veřejné službě nebo v soukromém sektoru v oblastech, kde by jeho postavení a vlivu mohlo být zneužito,
6. neměl by prezentovat své vlastní postoje a názory a nezneužívat výsad, které z tohoto povolání plynou,
7. novinář nesmí být podepsán pod obchodní nebo finanční reklamou svým jménem.<sup>49</sup>

- **Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu médií**

V žurnalistické profesi daleko více než v jakékoliv jiné hraje důvěryhodnost hlavní roli. Novinář nesmí myslet při výkonu své profese pouze na sebe, ale měl by myslet na médium, pro které pracuje. Seriózní přístup a důvěryhodnost zvyšují kvalitu daného média. Tady je několik bodů, na které by novinář neměl zapomenout:

1. každá informace, která se zdá být nepřesná musí být okamžitě opravena,
2. novinář je povinen zachovat profesionální tajemství v případě, že si zdroj informací přeje zůstat anonymní,

---

<sup>48</sup> SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Etický kodex novináře [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>.

<sup>49</sup> SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Etický kodex novináře [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>.

3. novinářovou povinností je respektovat soukromí osob, a to zejména dětí a osob, kteří si neuvědomují případné následky svých výpovědí,
4. novinář je povinen respektovat zásadu presumpce neviny a neidentifikovat příbuzné obětí nebo delikventů bez jejich jasného dovození,
5. pro novináře platí přísný zákaz využití získaných informací ve svůj prospěch dříve, než tyto informace budou zveřejněny,
6. nesmí vytvářet námět, který by vedl k diskriminaci (rasové, barvy pleti, náboženství nebo sexuální orientace),
7. při ztvárnění textu se uveřejňuje autor, a to formou odpovídající rozsahu přetištěného materiálu,
8. vytvoření jakéhokoliv plagiátu je nepřípustné.<sup>50</sup>

Výše zmíněný Etický kodex novináře přijala jako otevřený dokument valná hromada Syndikátu novinářů ČR dne 18. června 1998. Jeho aktualizace, provedená správní radou a uskutečněna na návrh Komise pro etiku při Syndikátu novinářů, byla vydána

25. listopadu 1999.<sup>51</sup>

### **3.2 Společný etický kodex novinářů MF DNES a iDNES.cz**

Redakce MF DNES a iDNES.cz patří k největším v České republice. Hlavní rozdíl ve srovnání s jinými médii je převážně v tom, že jako jedna z mála redakcí se věnuje převážně investigativní žurnalistice. Jde o jediný celostátní deník s redakcí nejen v Praze, ale také ve všech krajských městech České republiky. Redakce deníku přináší nejen zásadní a důležité informace, ale kromě toho také vydává čtyři různé magazíny, které tvoří přílohy deníku.

Deník MF DNES nahradil dřívější Mladou frontu, ale ještě v roce 1990 deník stále vystupoval pod názvem Mladá fronta. Deník prošel v průběhu let mnoha grafickými změnami, které jsou patrné na následujícím obrázku 3.1.<sup>52</sup>

V současné době převažují v MF DNES velké barevné případně černé titulky. Začalo se využívat daleko více fotografií, než tomu bylo v minulosti. Jeho doménou se

---

<sup>50</sup> tamtéž

<sup>51</sup> SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Etický kodex novináře [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>.

<sup>52</sup> MF DNES. Redakce v každém kraji [online]. 1999-2012, [cit. 2012-04-06]. Dostupný z WWW: <<http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/kdo-jsme>>.

staly reklamy, které najdeme bohužel už i v seriózním médiu, kterým MF DNES je. Oproti tomu v roce 1990 byl podstatný text a fotografie se v černobílé podobě objevovaly jen velmi výjimečně.

Obrázek 3.1 Grafická úprava titulní strany MF DNES v roce 1990 a 2010



Zdroj: MF DNES. MF DNES a historie od roku 1990. Dostupný z WWW: <<http://epaper.mfdnes.cz/>>.

Naopak zpravodajský portál iDNES.cz spatřil světlo světa o několik let později. První zpravodajství nabídl svým čtenářům 12. ledna 1998 a v současnosti je v čele předních zpravodajských internetových portálů.<sup>53</sup>

MF DNES i server iDNES.cz mají vytvořen Etický kodex závazný pro pracovníky obou redakcí. Etický kodex je rozdělen do 19 bodů a přesné jejich znění naleznete v příloze. V této práci jsme shrnuli jen nejdůležitější pravidla a zásady, které se v něm nacházejí.

<sup>53</sup> MEDIÁLNÍ SKUPINA MAFRA. iDNES.cz [online]. 2012, [cit. 2012-04-06]. Dostupný z WWW: <[http://www.mafra.cz/cs/?y=mafra\\_all\cs\\_produkty-a-sluzby\\_idnes-cz.htm&menu=>](http://www.mafra.cz/cs/?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_idnes-cz.htm&menu=>)>.

Každý zaměstnanec MF DNES a iDNES.cz má povinnost čtenáři poskytovat pravdivé, přesné a nezkreslené informace. V případě pochybení jsou nuceni okamžitě učinit jejich opravu.

Jestli si zdroj informací nepřeje být zmiňován, musí redaktor tuto skutečnost respektovat.

Všichni zaměstnanci vystupující za MF DNES nebo iDNES.cz nesmí svým chováním a vystupováním poškozovat dobrou pověst serveru a vydavatelství. Redaktor má povinnost vždy uvést účel, za kterým získává dané informace a nevyužívá k tomu nepoctivé prostředky.

V některých případech, kdy se konkrétní informace nedá získat jiným způsobem, redaktor nemusí své povolání dotazovanému sdělit. Zjištěné informace nesmí redaktoři využívat ke svému prospěchu a poskytovat je další osobě v době, kdy ještě informace nebyla zveřejněna.

Pro novináře při výkonu práce nepřipadá v úvahu jakýkoliv konflikt zájmů. V případě, že by tato situace nastala, je o ní povinen informovat svého nadřízeného.

Redaktor může přijmout dárky do částky 500 Kč. Jednalo-li by se o částku větší a nebylo by vhodné ji v dané situaci odmítnout, musí redaktor dárci vysvětlit, že dárek v této hodnotě bude věnován na charitativní účely.

Zahraniční cesty novinářů pracujících pro MF DNES nebo iDNES.cz jsou převážně hrazeny z rozpočtů redakcí. Výjimkou jsou cesty hrazené třetí osobu, pro kterou platí určité podmínky. Tuto cestu musí vždy schválit vedení redakce a musí být platná pro redakční práci. Hostitel obdrží od šéfredaktora dopis, ve kterém uvádí, že redaktor svou cestou nemá vůči němu žádné povinnosti, a že redakce nadále vystupuje jako nestranná.

Všichni zaměstnanci obou redakcí respektují také práci svých konkurentů v jiných médiích. Při přebírání jakékoliv informace z jiného média musí vždy uvádět její zdroj.<sup>54</sup>

Kromě společného etického kodexu platného pro obě redakce vydala MF DNES také interní pravidla. Jejich autory je vedení redakce v čele s šéfredaktorem MF DNES Robertem Čásenským. Tento soubor interních pravidel slouží jako pomůcka k tomu, jak správně v určitých situacích postupovat. Jsou závazná a zároveň všeobecně platná pro

---

<sup>54</sup> MF DNES. Etický kodex [online]. 1999-2012, [cit. 2012-04-07]. Dostupný z WWW: <<http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/eticky-kodex>>.

všechny redaktory. Součástí pravidel je také literární část s názvem „*Sedm syndromů české žurnalistiky aneb čemu se máme v MF DNES vyhýbat*“.

**Samotná pravidla se skládají z následujících deseti bodů:**<sup>55</sup>

### **1. MF DNES a její vztah k citlivým tématům**

Součástí MF DNES jsou také informace o soukromých osobách obsažené nejen ve zpravodajství, ale také v přílohách nebo ve speciálních rubrikách. MF DNES se v určitých případech zdržuje toho, aby vydala konkrétní informaci jako první. Publikuje ji pouze za předpokladu, že dotyčná osoba tuto informaci sdělí MF DNES sama, případně odpoví na dotaz, o kterém bude vědět, že bude zveřejněn.

- *Vztahy a sexuální aféry*

Redaktoři zjišťují a ověřují informace ze soukromí. Milostné a rodinné poměry nezveřejňuje MF DNES jako první.

Pro toto pravidlo má MF DNES stanoveny dvě výjimky:

- a) jako první zveřejňuje informace tohoto typu, pokud jasně souvisejí s určitým kriminálním případem, bezpečností státu nebo určují či ovlivňují závažná politická rozhodnutí nebo jestliže jsou dokladem politické nedůvěryhodnosti (například, že jeho skutečné kroky jsou v rozporu s jeho výroky),
- b) MF DNES zveřejňuje jako první takové informace, které jí na základě dotazu sdělí osoba sama, například v rozhovoru nebo v písemném prohlášení.

- *Majetek a peníze*

MF DNES smí přinášet jako první informace týkající se majetkových a finančních poměrů různých osobností. V takových situacích musí postupovat opatrně s ohledem na to, že některé obzvláště citlivé informace mohou být považovány za porušení ochrany osobních údajů.

Opět platí celkem 4 výjimky, na které se opatrnost nevztahuje:

- a) na politiky a ředitele státních firem a na všechny činitele, kteří jsou placeni z peněz daňových poplatníků,
- b) na osoby stíhané policií nebo souzené, má-li taková informace jasnou spojitost s jejich kauzou,

---

<sup>55</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz

- c) na údaje, jež obsahují veřejně dostupné registry (takovými mohou být například obchodní rejstřík nebo katastr nemovitostí),
- d) na případy, kdy daná osoba informaci zveřejní sama nebo na dotaz MF DNES.

- *Nemoc*

V případě, že si to daná osoba přeje, může MF DNES informovat o její vážné chorobě jako první. Pokud redakce získá informaci nezávisle na dané osobě, snaží se s ní dohodnout adekvátní podmínky jejího zveřejnění.

Bez jejího souhlasu může MF DNES zveřejnit informaci jen ve dvou následujících případech:

- a) jednalo-li by se o událost, která byla s nemocí dotčené osoby spojena, a tento údaj je pouhým doplňkem dané informace (v tomto případě se událostí myslí například náhlý převoz do nemocnice nebo kolaps na veřejném místě),
- b) nemoc bezesporu souvisí s konkrétní kriminální kauzou nebo má nesporný politický dopad, případně může ohrozit bezpečnost státu.

- *Přesné adresy bydliště*

Redakce nezveřejňuje adresy bydliště bez souhlasu konkrétní osoby, ale může přinést fotografii bytu nebo nemovitosti. Na fotografii nesmí být údaj, který by vedl k jasné identifikaci adresy.

Výjimku tvoří situace, kde by informace o adrese tvořila důležitou součást zprávy vztahující se k vážnému politickému nebo kriminálnímu případu.

- *Okolnosti smrti*

Informace obsahující příčinu a okolnosti smrti zveřejňujeme vždy. Výjimkou je, když si to rodina výslovně nepřeje.

- *Alkoholismus a drogy*

MF DNES nezveřejňuje jako první informace týkající se nějaké osobnosti, která má zálibu v pití alkoholu nebo drogách. To neznamená, že se redakce nesnaží informace tohohle typu zjišťovat a ověřovat.

Jako první uveřejňujeme informace za předpokladu, že:

- a) činnost člověka je ovlivněna těmito látkami natolik, že má zásadní kriminální nebo politické důsledky případně představuje hrozbu pro bezpečnost celého státu,
- b) při požití těchto látek vznikla událost, o které se informuje (například kolaps, akutní převoz do nemocnice).<sup>56</sup>

## **2. Autorizace**

MF DNES autorizaci rozhovorů nebo citaci nenabízí sama od sebe, ale v některých případech je nutná. Slouží k tomu, aby se předešlo věcným chybám nebo změnám významu, které nastaly při zpracování rozhovoru. Novinář má možnost autorizaci v jednotlivých případech odmítnout.

Tato pravidla mají následující znění:

- v případě, že dotazovaný požaduje autorizaci, bývá redaktorem upozorněn, že je určena pouze ke kontrole věcných chyb nebo zkreslení významu při zkracování, nikoliv k vypuštění celých pasáží,
- redaktor před zahájením rozhovoru dotazovaného upozorní, že v případě, pokud bude chtít říct něco mimo záznam, musí na to vždy upozornit,
- redakce nikdy nepřistupuje na možnost, že by dotazovaný při autorizaci opravoval nebo dokonce vypouštěl otázky kladené autorem,
- pokud má dotazovaný vážné důvody k tomu, aby byly některé pasáže vypuštěny (například jeho slova by mohla ublížit někomu blízkému), může mu redaktor vyjít vstříc pouze za předpokladu dohody s vedoucím oddělení,
- pokud dotazovaná osoba odmítne otištění rozhovoru, musí šéfredaktor nebo jeho zástupce zvolit adekvátní další postup; právnícké doporučení v takových případech zní jasně: MF DNES může otisknout poskytnutý rozhovor i za předpokladu, že si to dotyčný posléze rozmyslí, nicméně k otištění takového rozhovoru by měla mít redakce určitý důvod (například zda je důležité, aby se veřejnost o této informaci dozvěděla); velice důležitou roli hraje v těchto případech skutečnost, jak dlouho před zveřejněním rozhovoru nám dotyčný takový požadavek sdělí,
- na autorizaci ve větším rozsahu může redakce přistoupit jen za výjimečných okolností, a to po rozhodnutí šéfredaktora nebo jeho zástupce,

---

<sup>56</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz

- u politiků a osob placených z peněz daňových poplatníků se autorizace zásadně odmítá; výjimku může učinit pouze šéfredaktor nebo jeho zástupce.<sup>57</sup>

### 3. Úprava odpovědí v rozhovorech a citace v článcích

Redakce upravuje citace a odpovědi v rozhovorech tak, aby byly pro čtenáře co možná nejsrozumitelnější, nebo aby je neurazila přílišná vulgarita odpovídajícího.

MF DNES se v tomto případě řídí následujícími pravidly:

- smysl doslovného přepisu výroku musí odpovídat smyslu výroku po úpravě,
- redakce má samozřejmě právo výrok dané osoby nebo rozhovor s ní zkrátit s podmínkou, že daná úprava nesmí měnit smysl toho, co zpovídaný řekl,
- při upravování dbá autor zejména na slovosled (aby text působil plynule), korekci parazitních slov (například vlastně, jako) a na krácení míst, ve kterých se opakují slova, myšlenky nebo termíny,
- redaktor musí zachovat jazykové prostředky a styl řeči typické pro zpovídanou osobu,
- v rozhovoru nebo citátu se může objevit poznámka redakce, která má napomoci tomu, aby byl text srozumitelnější a pochopitelnější (například vysvětlení cizího termínu),
- v určitých případech je možno otisknout také needitovaný citát nebo rozhovor, ale pouze, že se jedná o tak skandální výroky, nebo jedná-li se o výroky či rozhovor, napsané ve specifickém dialektu a jeho přepisem by zásadně utrpěla autenticita,
- vulgární sdělení do citací a rozhovorů dávat můžeme za předpokladu, že pro to existuje zvláštní důvod (například jde o skandální výrok, nebo je vulgarita určitým rysem zpovídané osoby); redakce vulgarismy vytečkovává v situacích, kdy dotyčná osoba proslula těmito výrazy, a v daném textu by se objevovaly více, než je zdrávo,
- jakmile zpracováváme citáty, vedeme boj proti politické, policejní a právnické hantýrce, tím se snažíme ochraňovat češtinu a v první řadě zdravý lidský rozum,
- v případě, že jsme určitý citát upravili, měli bychom se daného znění držet v celých novinách (tím se myslí například to, že na čtyřech stránkách by se objevily čtyři varianty citátu).<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz



#### **4. Zveřejnění jmen a fotografií viníků a podezřelých**

Redakce může zveřejnit jména a fotografie podezřelých obvykle až v době, kdy jsou obviněni policií. Nestačí tedy, jak se někteří mylně domnívají, pouhé trestní oznámení. Naopak zde uvádíme několik případů, kdy MF DNES uveřejňuje jména i fotografie okamžitě:

- trestné činy spáchané jednoznačným pachatelem, který se ke svému činu přiznal (například vrah Zelenka),
- trestné činy, které svou povahou patří k velmi závažným (například manželé Stodolovi),
- osoby, pracující ve veřejné správě (například politici nebo někteří významní úředníci),
- případy, kdy podezřelá osoba s tím sama souhlasí (například osoba se k danému činu vyjádří).

Zaměstnanci MF DNES se řídí zásadou, že neuveřejňují jakákoliv jména nebo fotografie, jejíž údaje by vedly k identifikaci obviněných mladistvých osob v souladu s platnou legislativou.

V textech pojednávajících o osobách obviněných policií musí být brán zřetel na presumpci neviny. V textu by se neměl objevit pocit nejistoty, ze kterého by vyplývalo, že osoba opravdu daný čin spáchala. Součástí textu by měly být fráze typu „z obvinění vyplývá“ nebo „podle zjištění policie“. Toto pravidlo se vztahuje na samotné texty a tvorbu titulků.

V určitých případech, které musí být schváleny vedoucím rubriky, šéfredaktorem nebo jeho zástupcem, může MF DNES upustit od uvedení jména a fotografie osoby obviněné policií (identifikace by mohla ohrozit život obviněné osoby nebo někoho dalšího).

V situacích, kdy se redakce rozhodne upustit od uveřejnění jména, musí totéž udělat s fotografií, protože ta by mohla rovněž vést k identifikaci konkrétní osoby. Stejně pravidlo platí i obráceně. Pokud se MF DNES na základě vlastního prošetřování dopátrá k závěru, který vypovídá o tom, že určitá osoba se dopustila zločinu, fotografii, jméno a případné další údaje, které by vedly k identifikaci osoby, neuveřejňuje.

---

<sup>58</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz

Pro výše zmíněné pravidlo platí následující výjimky:

- a) jedná-li se o osobu, která spáchala obzvláště nebezpečný zločin, a zveřejnění jejich údajů případně fotografie by vedlo k tomu, aby byl dotyčný dopaden nebo mu bylo v nekalé činnosti zabráněno,
- b) použila-li MF DNES k získání této zprávy skrytou kameru.

Obě tyto výjimky je možné uskutečnit pouze a výhradně se souhlasem šéfredaktora případně osoby k tomuto pověřené.<sup>59</sup>

## **5. MF DNES a její přístup k obětem tragédií a trestných činů**

V průběhu zjišťování informací přistupuje redaktor k obětem trestných činů a tragédií nebo k příbuzným obzvláště vnímavě a taktně. S největší opatrností přistupuje k obětem nebo příbuzným, kterými jsou děti.

MF DNES neuveřejňuje jako první jména obětí a fotografie pokud si to příbuzné osoby jasně nepřejí. Jména a fotografie by mohly vést k jejich identifikaci. To neznamena, že by se redakce nepokoušela i nadále hromadit informace o obětech. Výjimku v tomto případě představuje zpráva informující o osobách, které se staly oběťmi teroristických útoků. Podobně jako v předchozím případě musí informaci pojednávající o obětech, kterými se staly děti ve věku pod hranicí 15 let, schválit některý z členů šéfredakce.

MF DNES v žádném případě nezveřejňuje jména obětí sexuálně motivovaných zločinů nebo také zločinů, při kterých byla oběť odporným způsobem ponižena. Takové informace zveřejňuje redakce pouze v případech, ve kterých si tuto zprávu přejí uveřejnit samy oběti nebo též pozůstalí.<sup>60</sup>

## **6. Používání křestních jmen**

Redaktoři ve svých článcích případně zprávách nikdy nepoužívají jen křestní jméno, čímž se myslí například Vašek zvítězil (Klaus je znovu prezidentem) nebo Zlatá Martina (Sáblíková).

---

<sup>59</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz

<sup>60</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz

Výjimky povoluje rovněž pouze zástupce šéfredaktora popřípadě osoba k tomu pověřená.<sup>61</sup>

## **7. Případy, ve kterých užívá MF DNES kurzívu v titulcích**

K označení speciálních žánrů jako je reportáž nebo feature je možné v titulku použít kurzívy. V textu neslouží k tomu, aby čtenáři naznačila žertovnou nebo okrajovou věc, případně aby vyplnila volné místo. Veškeré články, včetně těch, které jsou psány kurzívou, bývají pravdivé.

V titulku užíváme kurzívy tehdy, pokud článek splňuje jeden ze dvou následujících znaků:

- a) celý článek líčí příběh určité osoby, organizace nebo věci,
- b) jedná se o reportáž vyznačující se barvitým a plastickým popisem určité události.

MF DNES užívá kurzívu rovněž v případech, kdy jednání určité osoby případně událost, která se stala v minulosti, líčí v přítomném čase. Všechny výše zmíněné definice se váží k první straně, potom na domácí, ekonomické, zahraniční, kulturní, sportovní oddělení a regiony. Neplatí to tedy pro speciální útvary v těchto odděleních, na komentáře, publicistiku, přílohy, Víkend, magazín ONA.<sup>62</sup>

## **8. Používání skryté kamery, fotografování nebo mikrofonu. Rovněž případy, ve kterých může MF DNES použít skrytou nebo pozměněnou identitu.**

Všechny výše zmíněné prostředky využívá redakce ve zcela výjimečných případech. MF DNES je oprávněna využít skryté kamery nebo mikrofonu pro zpravodajské nebo též publicistické účely:

- v situacích, kdy materiál, který má být natočen nelze získat jinými prostředky než těmi, které jsou uvedeny v úvodu,
- pokud je materiál zároveň nepostradatelný pro zpracování daného tématu,
- při zpracování tématu souvisejícího s veřejným zájmem.

Z materiálu získaných použitím skryté kamery nebo mikrofonu vybere redakce pouze ty části, které vyloženě souvisí s daným tématem a následně je uveřejní v jednom ze svých pořadů. Zároveň musí MF DNES zajistit, aby nedošlo k zneužití těch částí materiálu, které se v pořadu nevyskytnou. Za natáčení skrytou kamerou nebo mikrofonem se

---

<sup>61</sup> tamtéž

<sup>62</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz

považuje rovněž situace, kdy dotyčná osoba o kameře nebo mikrofonu ví, ale záměrně si myslí, že je zařízení vypnuté. Použití skryté kamery nebo mikrofonu povoluje šéfredaktor nebo jeho zástupce. Čtenář musí být v textu varován, že daná informace byla zjištěna na základě použití některého z výše zmíněných zařízení.

Druhým případem je pozměněná identita, pro kterou platí stejná pravidla jako u kamery nebo mikrofonu. Pozměněnou identitou se myslí případy, kdy si novinář změní jméno případně jiné identifikační údaje. Podobně jako tomu bylo u kamery nebo mikrofonu, tak také skrytou identitu lze použít pouze se souhlasem šéfredaktora nebo jeho zástupce. Výjimkou jsou případy, kdy novinář sice zatají svou profesi, ale jinak vystupuje pod svým skutečným jménem a neuvádí nepravdivé informace. Z textu musí být vždy patrné, že se jedná o údaje zjištěné těmito metodami.<sup>63</sup>

## **9. Užívání off the record informace**

Jsou informace, ke kterým daná osoba uvede, že nechce být označena jako jejich zdroj, případně si nepřeje být ani citována. Redakce je může uveřejnit pouze tehdy, má-li je ověřeny i z dalšího nezávislého zdroje. Redaktor má rovněž povinnost sdělit svému nadřízenému, od koho pochází off the record informace.<sup>64</sup>

## **10. Postup při citování svých kolegů a ostatních médií**

U veškerých informací převzatých z jiných médií, vždy uvádí, že se jedná o cizí zdroj. Tady toto poslední pravidlo je jednak projevem zdvořilosti a zároveň do jisté míry chrání redakci MF DNES před chybami ostatních. Ukáže-li se informace jako nepravdivá, jde sice o problém redakce, ale na čtenáře to působí daleko lépe, než kdyby se jednalo o výhradně údaj MF DNES. To platí i pro zprávy převzaté z placených agentur jako je ČTK nebo Reuters.

Původ uvádí redakce rovněž tehdy, jde-li o informace již jednou uveřejněné (z textu to musí být patrné). Vytváří-li redaktor zcela nový text s použitím údajů ze staršího článku MF DNES nebo iDNES.cz, informuje autora o této záležitosti, aby eliminoval věcné chyby.

Zdroj se uvádí zejména z toho důvodu, aby z textu bylo patrné, nakolik byl text napsán s jeho užitím.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz

<sup>64</sup> tamtéž

<sup>65</sup> tamtéž

V této kapitole jsme se také zmínili, že součástí pravidel MF DNES a iDNES.cz je rovněž Sedm syndromů české žurnalistiky a tady na obrázku 3.2 je jedna ukázka.

Obrázek 3.2 Telefonní syndrom



Zdroj: Interní materiál MF DNES.

Obvykle se říká, že nejlepším přítelem člověka je pes. U novináře jím není pes, ale telefon. Jejich vřelý vztah se začal prohlubovat s nástupem éry mobilních telefonů. Novinář dělá téměř veškerou práci od stolu po telefonu – od získávání důležitých informací, přes reportáže a příběhy.

Redaktoři mají telefonní vztah se svým zdrojem, ale nikdy se s ním nesetkali osobně. Všechno se to pochopitelně odvíjí od množství práce, ale také neschopnosti si svou činnost zorganizovat a určit její priority. Takové články jsou potom pouhým výsledkem skládání vyjádření dotyčných osob, které neodrážejí skutečné příběhy a jejich plastičnost. Pro vedoucí z toho vyplývá, že odevzdaný cestovní příkaz není vždy důkazem toho, že redaktor se nacházel skutečně v místě události nebo příběhu.<sup>66</sup>

<sup>66</sup> Interní materiál MF DNES a iDNES.cz

### 3.3 Kodex České televize

Česká televize jako televize veřejné služby byla zřízena 1. ledna 1992. V jejím čele stojí generální ředitel, kterým se nově stal Petr Dvořák, bývalý generální ředitel televize Nova. Jeho funkční období je šest let. Česká televize má také kontrolní orgán, kterým je Rada České televize volená Poslaneckou sněmovnou Parlamentu České republiky rovněž na dobu šesti let, s tím rozdílem, že po dvou letech se obmění jedna třetina z 15 členů.<sup>67</sup>

Etický kodex České televize se skládá z preambule, 26 článků a etického panelu. Je vypracován dle všech etických zásad a jeho struktura má veškeré náležitosti, které by měl obsahovat každý etický kodex. V této práci nebudeme zmiňovat celý obsah jednotlivých částí, ale vybereme ty nejpodstatnější, které se pokusíme shrnout.

#### ***Preambule***

Ze zákona je patrné, že porušení Kodexu se hodnotí jako porušení pracovní kázně dle zvláštního právního předpisu – zákoníku práce. Jednotčím podnětem při formulaci následujících zásad a pravidel se stal účel přispět k rozvoji veřejné služby, kterou Česká televize poskytuje. Její Kodex slouží nejen jako návod pro správné rozhodování v otázkách týkajících se problémů televizního vysílání, ale také jde o závazek určité kvality poskytnutý divákům a veřejnosti.

Česká televize ztělesňuje otevřený prostor, ve kterém se setkávají zkušenosti, postoje a prožitky různých lidí a skupin žijících na území našeho státu. Veřejnoprávní televize se musí řídit zásadou otevřenosti, nestrannosti a nezávislosti. Také musí stát v jakékoliv situaci na straně lidské důstojnosti, základních lidských práv a svobod a úcty k přírodě a kulturnímu dědictví. Cílem existence České televize jako veřejné služby je obstarat zdroj informací, kritické reflexe, umělecké tvorby a zábavy, které jsou ochraňovány před lobbystickými tlaky.

Zaměstnanci musí splnit nejen odborné požadavky, ale zároveň také požadavky mravní. Nejvyšším kritériem, kterým se Kodex řídí, je respekt k lidské důstojnosti, který je založený na úctě ke všem projevům existence.<sup>68</sup>

#### ***Článek 1      Divák – občan na prvním místě***

---

<sup>67</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Základní informace o ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-14]. Dostupný z WWW: < <http://www.ceskatelivize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/> >.

<sup>68</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-14]. Dostupný z WWW: < <http://www.ceskatelivize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/> >.

Součástí televizních programů jsou také rozšiřující informace, díky nimž divák získá další znalosti nebo jiným způsobem prohloubí zážitek ze sledování televizního pořadu.

V pravidelných intervalech provádí Česká televize analýzu údajů o potřebách a přáních diváckých skupin a také o tom, jak diváci dané pořady hodnotí. Při veškerých rozhodnutích, která souvisí se změnou programu, se vychází z výsledků reprezentativního výzkumu. Způsob vyhodnocování a zadávání dat je rozdílný ve srovnání s komerčními televizními stanicemi, a to zejména v zacílení na kvalitativní ukazatele.

Hlavním cílem ČT je, aby si co největší počet diváckých skupin na obrazovce vybralo témata, která je zajímají. Do své programové nabídky rovněž zařadí žánry a témata, která ostatní televizní stanice v České republice divákům nenabízejí buď vůbec, nebo jen v omezeném rozsahu. Povinností veřejnoprávní televize je také to, aby měli diváci možnost vhodným způsobem přímo reagovat na vysílací program. Na jakoukoliv stížnost nebo návrh od diváka ČT reaguje okamžitě, pokud je uvedena zpáteční adresa.

Úkolem ČT je rovněž sledovat úroveň v oboru televizního vysílání, a to jak technickou, tak obsahovou. Divák by měl mít možnost nahlédnout do zákulisí televizního vysílání, obeznámit se s jeho historií a vývojovými trendy. Na základě toho nabízí svým divákům virtuální prohlídky na internetu nebo také pravidelné dny otevřených dveří, které nenaruší běžný chod vysílání. ČT plní funkci nejvýznamnější kulturní instituce v zemi, která do své nabídky zařazuje pořady ze své vlastní tvorby a zároveň pořady vyrobené jinými domácími producenty.<sup>69</sup>

## **Článek 2      *Zvláštní pozornost dětskému divákovi***

Veřejnoprávní televize se snaží malému televiznímu divákovi napomáhat v objevování a přijímání vlastních hodnot slušnosti, vzdělanosti, pracovitosti a úcty k životnímu prostředí. Na základě toho přizpůsobuje svou skladbu pořadů také dětskému publiku. Nabízí české i zahraniční pohádky, filmy pro děti a mládež, soutěže a vzdělávací a výchovné pořady. Nedílnou součástí je pochopitelně také sport a kulturní orientace.

---

<sup>69</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-14]. Dostupný z WWW: < <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-1-divak-obcan-na-prvnim-miste/> >.

ČT rovněž věnuje pozornost poučení dětí a také rodičů o množství času, které odborníci doporučují dětem strávit u televize. Provozuje také stálou informační telefonní linku, na které se rodiče mohou poradit o vlivu vysílaných pořadů na děti.

V průběhu natáčení pořadů tvoří skladbu dětských účinkujících také národnostní, rasové nebo etnické menšiny žijící na našem území.

Před začátkem pořadu určeného dětem nesmí být zařazeny komerční části programu, které by mohly mít vliv na vývoj dětí a nezletilé mládeže.<sup>70</sup>

### **Článek 3      *Poplatník televizního poplatku – otevřený vztah***

Česká televize musí poskytnout fyzické nebo právnické osobě na vyžádání pravdivé informace vztahující se k právům a povinnostem platit televizní poplatek. Při jeho vymáhání postupuje ČT rovnocenně.

Upustit od vymáhání poplatku může veřejnoprávní televize pouze tehdy, pokud by náklady na vymáhání razantně převýšily pravděpodobný výnos. Generální ředitel může v mimořádných situacích upustit od vymáhání poplatku v případě, že se dlužník dostal bez vlastního zavinění do těžké sociální situace.<sup>71</sup>

### **Článek 4      *Tvůrce – základní předpoklad úspěchu***

Česká televize vytváří dobré tvůrčí zázemí a podmínky pro volnou konkurenci nápadů a jejich realizaci založenou na rovné příležitosti. Tu musí předem provázet jasná a spravedlivá pravidla spolupráce s Českou televizí. ČT respektuje právo tvůrce na nedotknutelnost vlastního svědomí. Pokud zaměstnanec svému nadřízenému předem oznámí, že mu svědomí nedovoluje na tématu pracovat, bude uvolněn bez jakýchkoliv sankcí. Veřejnoprávní televize si chrání duševní vlastnictví tvůrců a díky tomu vede také rejstřík námětů a scénářů, ve kterém jsou zapsány autorské náměty a scénáře, které byly ČT předloženy.

Tvůrci pracující pro ČT musí dodržovat Kodex i za předpokladu, že nejsou jejími zaměstnanci. Jejich povinností je řídit se obecně uznávanými samoregulačními profesními a etickými standardy plynoucí z jejich profese.<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-2-zvlastni-pozornost-detskemu-divakovi/>>.

<sup>71</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-3-poplatnik-televizniho-poplatku-otevreny-vztah/>>.

<sup>72</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-4-tvurce-zakladni-predpoklad-uspechu/>>.



## **Článek 5      *Péče o informace ve zpravodajství a aktuální publicistice***

Prvenství v úkolech České televize zaujímá zprostředkování informací ve zpravodajských a aktuálně publicistických pořadech. Stablní místo ve vysílacím čase ČT má regionální zpravodajství. Ve výjimečných případech je veřejnoprávní televize připravena přerušit chystaný program a zařadit mimořádné zpravodajství.

Při sledování vývoje demokratické společnosti je potřeba zařazovat do vysílání investigativní a publicistické pořady, které řeší porušování zákona, korupci nebo ochranu práv a zájmy občanů. Pořadí jednotlivých zpráv umístěných ve zpravodajské agendě se odvíjí od domnělých dopadů na život obyvatel České republiky.

Do zpravodajství ČT může být zařazena pouze zpráva, která je ověřena alespoň ze dvou důvěryhodných zdrojů, které jsou na sobě vzájemně nezávislé. Jeden oficiální zdroj postačí tehdy, pochází-li informace od veřejných úřadů a institucí. Pokud je informace ověřena jen u jednoho zdroje, musí být na to divák upozorněn.

Redaktoři pracující pro Českou televizi musí ve zpravodajských a publicistických pořadech vystupovat tak, aby divák nemohl poznat jejich názor na věc. V úvodu se musí objevit identifikace redaktora, který za zprávu nese odpovědnost.<sup>73</sup>

## **Článek 6      *Diskusní pořady a pluralita***

Česká televize dbá na to, aby všechny názorové proudy dostaly stejný prostor k vyjádření. Pokud to není možné, musí roli způsobilého oponenta ztvárnit sám moderátor nebo jím pozvaný host. Při diskusích, ve kterých jsou hlavními aktéry politici jednotlivých politických stran, musí mít všichni vyvážený časový prostor.

Účastníci jednotlivých pořadů mají právo na to, aby jim produkce s určitým předstihem sdělila téma diskuse a hosty. Nastane-li situace, že některá z pozvaných osob odmítne účast, ČT je povinna obeznámit diváky s důvody, které ho k tomu vedly.<sup>74</sup>

## **Článek 7      *Otázky náboženství a etiky***

Česká televize se vyvaruje vysílání pořadů, ve kterých by byla patrná nesnášenlivost mezi lidmi nebo skupinami s rozdílným náboženským vyznáním nebo také mezi věřícími a ateisty.

---

<sup>73</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-5-pece-o-informace-ve-zpravodajstvi-a-aktualni-publicistice/>>.

<sup>74</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-6-diskusni-porady-a-pluralita/>>.

Programový prostor vymezený náboženstvím se opírá o strukturu společnosti a její současný vztah k duchovní oblasti. ČT zařazuje do svého vysílání také pořady s biblickými tématy, které ovlivňují kulturní vývoj a mravní postoje včetně různých úhlů pohledu na jejich historický a současný výklad. Veřejnoprávní televize má povinnost diváky předem upozornit na značně eticky nebo nábožensky kontroverzní obsah pořadu. To udělá tak, že divákovi sdělí určité faktické informace a obsah takového pořadu.<sup>75</sup>

#### **Článek 8      *Umělecké pořady a vkus***

Povinností České televize je divákům nabídnout pestré pořady, které je mohou vzdělat jak kulturně, tak umělecky, a zároveň poskytuje kompletní přehled o aktuálním kulturním dění doma i ve světě.<sup>76</sup>

#### **Článek 9      *Jazykový projev***

Moderátoři a redaktoři, kteří se objevují ve vysílání, používají spisovný jazyk a zároveň jsou si vědomi, že jejich vyjadřování působí jako určitá norma. Výjimku, kdy lze upustit od spisovného jazyka, tvoří citování nebo interpretování výroku nebo chování jiné osoby.

Pracovníci ČT se musí vyhýbat populárním výrazům nebo obratům, které by byly na úkor přesnosti a věcnosti obsahu dané zprávy. ČT také spolupracuje s jazykovými specialisty, od kterých si v případě potřeby vyžádá odborný posudek.<sup>77</sup>

#### **Článek 10     *Vzdělávací a osvětové pořady***

Česká televize vymezuje ve svém programu místo pro populárně vzdělávací a osvětové pořady zaměřené na různé věkové a zájmové skupiny.<sup>78</sup>

#### **Článek 11     *Zábavní pořady***

---

<sup>75</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-7-otazky-nabozenstvi-a-etiky/>>.

<sup>76</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-8-umelecke-porady-a-vkus/>>.

<sup>77</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-9-jazykovy-projev/>>.

<sup>78</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-10-vzdelavaci-a-osvetove-porady/>>.

Nedílnou součástí programové nabídky České televize jsou zábavné pořady. Úkolem ČT je vybírat takové druhy zábavných pořadů, které přinášejí divákovi umění, rozvíjení poznání a neobsahují znaky bulvárnosti.<sup>79</sup>

## **Článek 12     *Sportovní vysílání***

V programu České televize nalezneme zejména špičkové domácí i zahraniční sportovní akce a různé jiné podoby sportu včetně žákovských a dorosteneckých kategorií. Prostor, který je určen k jejich vysílání, se odvíjí od zájmu veřejnosti a od počtu registrovaných sportovců určitého odvětví v naší zemi.

V době konání olympijských her vymezuje ČT této události rozsáhlý prostor ve svém programu. Povinností ČT je distancovat se od podněcování nebo podpory nesnášenlivosti, která panuje mezi sportovními fanoušky.

ČT poskytuje svým divákům informace týkající se odvrácené strany sportu, kterými mohou být smrt člověka nebo zvířete, trvalé poškození zdraví, doping nebo poškození přírody. Sportovní redaktor nesmí dát najevo svou přízeň k určitému sportovnímu klubu. Výjimkou je vyjádření přízně sportovcům z České republiky.<sup>80</sup>

## **Článek 13     *Zákaz diskriminace***

Česká televize nebude ve svém programu kohokoliv diskriminovat z hlediska pohlaví, rasy, sexuální orientace, národnosti, etnické příslušnosti, náboženství nebo též příslušnosti k určité sociální skupině. Při natáčení pořadů za přítomnosti účinkujících nebo též komparsu by měla ČT zvolit jejich skladbu tak, aby odrážela aktuální demografický trend České republiky.

ČT musí počítat ve svých pořadech s účastí tělesně postižených a tudíž je povinna zajistit bezproblémový pohyb osob na invalidním vozíku. Veřejnoprávní televize věnuje zvláštní pozornost rovnoprávnosti uplatnění mužů a žen jednak v chodu ČT, ale také ve své programové skladbě.<sup>81</sup>

## **Článek 14     *Presumpce neviny***

---

<sup>79</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-11-zabavni-porady/>>.

<sup>80</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-12-sportovni-vysilani/>>.

<sup>81</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-13-zakaz-diskriminace/>>.

Jedním z bodů Kodexu České televize je také presumpce neviny, kterou je ČT povinna respektovat do doby vyhlášení pravomocného výroku o vině člověka. Do té doby je na něj pohlíženo jako na nevinného. V případě podezření ze spáchání trestného činu ČT nezveřejňuje plné příjmení dotyčné osoby. Výjimku tvoří případy veřejného zájmu, u kterých by byla celková identifikace podezřelého nezbytnou.<sup>82</sup>

### **Článek 15     *Respekt k soukromí***

Česká televize svou prací nenarušuje soukromí osob. Nepořizuje obrazové ani zvukové materiály natočené „na prahu“ domu, bytu nebo kanceláře dříve než je jí poskytnut souhlas osoby, které se daná záležitost týká. ČT také do svých živých vysílání nezařazuje telefonáty, na kterých by nebyla s dotyčnou osobou předem domluvena.<sup>83</sup>

### **Článek 16     *Pravidla při natáčení***

- *Obecná pravidla*

Zaměstnanci České televize při natáčeních vystupují tak, aby bylo zřejmé, že patří do jejího štábu. Nezatajují své jméno a příjmení, profesní totožnost ani příslušnost k ČT a pracovní zařazení.

Konkrétní natáčení musí být předem ošetřeno smlouvou, ve které se ČT zavazuje dodržet předepsaný postup. Probíhá-li na veřejném prostranství, nesmí narušit běžný život nad nezbytně nutnou dobu. Zaměstnanci ČT jsou zároveň povinni informovat rodiče dětí, kteří se nachází v místě natáčení, o případném negativním dopadu na jejich vývoj.<sup>84</sup>

- *Respondenti*

Televizní štáb má zakázáno dotazovaného k natáčení jakkoliv nutit a musí se zdržet různých forem nadávek a výhrůžek. Pokud už daná osoba svolí k natáčení, nelze dodatečně smluvené podmínky měnit.

Před začátkem rozhovoru je možné se samozřejmě domluvit na autorizaci, která je respondentovi před odvysíláním zaslána. Při výběru jednotlivých částí rozhovoru musí ČT postupovat tak, aby se odpověď dotazovaného nevztahovala k jiné otázce.

---

<sup>82</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-14-presumpce-neviny/>>.

<sup>83</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-15-respekt-k-soukromi/>>.

<sup>84</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-16-pravidla-pri-nataceni/>>.

V případě, že je respondentovi poskytnut honorář, je nutné se na něm předem dohodnout. Finanční plnění se neposkytuje politikům a lidem působícím ve veřejném sektoru, pokud se jejich vyjádření pojí s jejich profesí, a respondentům, kteří spáchali kriminální čin.<sup>85</sup>

---

<sup>85</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-17]. Dostupný z WWW: < <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-16-pravidla-pri-nataceni/> >.

- *Ochrana zdroje a původu informací*

Pokud daná osoba poskytla České televizi podklady pro natáčení, je povinností ČT jí zajistit anonymitu v případě, že poskytnuté informace jsou předmětem veřejného zájmu.<sup>86</sup>

- *Skrytá kamera nebo mikrofon*

Česká televize má oprávnění použít skrytou kameru nebo mikrofon za předpokladu, že dané informace nelze získat jiným způsobem. Oba tyto nástroje se využívají pro témata ve zpravodajských a publicistických pořadech, které souvisí s veřejným zájmem.

Skryté kamery nebo mikrofonu lze užít také v zábavných či uměleckých pořadech, pokud při tom nedojde k obtěžování nebo jinému zásahu do osobnostních práv snímaných osob.

ČT může pořizovat obrazové a zvukové záznamy na veřejných místech pro ilustrační účely. Musí brát ohled na osoby, které by mohly u diváků vyvolat klamavý dojem o spojitosti osoby s daným tématem.<sup>87</sup>

- *Účinkující a kompars*

Česká televize nesmí zacházet s účinkujícími nebo komparesem způsobem, kterým by ho vystavila extrémnímu vyčerpání, především z důvodu nedostatku nápojů, potravy nebo odpočinku. V průběhu natáčení zajistí takové podmínky, ve kterých nedojde k úrazům a zároveň zabezpečí ochranu jejich zdraví.<sup>88</sup>

- *Natáčení s dětmi nebo nezletilými*

Pokud není nezletilý schopen sám úplně posoudit veškeré aspekty své účasti v pořadu, musí si Česká televize vyžádat povolení jeho zákonného zástupce. Ve zpravodajství a publicistice zpravidla souhlas zákonného zástupce nebývá nutný. Jeho povolení je ale potřeba u uměleckých pořadů. ČT má povinnost vyžádat si souhlas zákonného zástupce vždy, pokud se jedná o osobu mladší 16 let. Rovněž se musí zdržet jakýchkoliv forem manipulace dětí a zároveň zabezpečit, aby dítě v době natáčení nebylo vystaveno psychickému nebo fyzickému násilí.<sup>89</sup>

---

<sup>86</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-17]. Dostupný z WWW:

< <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-16-pravidla-pri-nataceni/> >.

<sup>87</sup> tamtéž

<sup>88</sup> tamtéž

<sup>89</sup> tamtéž

- *Zacházení se zvířaty*

Při natáčení nesmí dojít k týrání zvířat, jejich úrazu nebo usmrcení.<sup>90</sup>

- *Natáčení v zahraničí*

V zahraničí nesmí štáb ČT porušovat místní předpisy a chování musí odpovídat tamějším zvyklostem, náboženství a kultuře.<sup>91</sup>

## **Článek 17    Zobrazení**

- *Násilí*

Ve svých zpravodajských a publicistických pořadech nesmí zobrazovat násilí v přehnané míře. Záběry mají sloužit k tomu, aby divák pochopil význam daného sdělení.

Pracovníci ČT musí mít na paměti, že šokující snímky vysílané v denních hodinách mohou shlédnout děti a slabší jedinci. Drastické záběry mohou být pro ně špatným návodem. Ve zpravodajství by mělo být zobrazováno nejen násilí páchané v naší zemi, ale také v zahraničí.<sup>92</sup>

- *Oběti*

Pouze na základě povolení šéfredaktora lze do zpravodajství zahrnout detailní záběry raněných, mrtvých nebo šokem vyšinutých lidí.<sup>93</sup>

- *Nahota a sexuálně explicitní chování*

ČT ji může zobrazit pouze tehdy, je-li to nezbytně nutné nebo se jedná o pořad umělecký či profesionálně editoriální. Nahotu nebo sexuálně explicitní chování nemůže televize zařadit do svého vysílání v době mezi 6:00-22:00 hodinou.

Pokud i přes tuto podmínku je pořad do vysílání zařazen, měl by divák být informován předem o jeho obsahu. Do programu ČT je zakázáno zařazovat pornografické materiály.<sup>94</sup>

---

<sup>90</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-16-pravidla-pri-nataceni/>>.

<sup>91</sup> tamtéž

<sup>92</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-17-zobrazovani-nasili/>>.

<sup>93</sup> tamtéž

<sup>94</sup> tamtéž

## **Článek 18     Živé vysílání**

Přípravě živého vysílání musí ČT věnovat zvýšenou pozornost, protože v průběhu mohou nastat situace, s kterými se nedalo předem počítat. Úkolem moderátora takového vysílání je udržet si nadhled a pohotově reagovat na neplánované skutečnosti. K účasti na živém vysílání nejsou zpravidla přizváni ti, u kterých hrozí riziko, že by se mohli chovat urážlivě, vulgárně nebo by byli pod vlivem alkoholu nebo jiných návykových látek.<sup>95</sup>

## **Článek 19     Kritické situace**

Někdy může nastat situace, že je ČT nucena do svého programu zahrnout informace o mimořádných událostech. Patří k nim obvykle válečné konflikty, teroristické činy, násilné střety, přírodní katastrofy a technologické nebo dopravní havárie.

Prostor, který jim je v programu vyhrazen, se vztahuje zejména k jejich závažnosti a možným dopadům na určitou oblast. Pokud se televizní štáb nachází přímo v místě události jako první, je jeho povinností pomoci postiženým. Samotné zpracování události je až druhořadé.<sup>96</sup>

## **Článek 20     Charitativní a dobročinná činnost**

Česká televize může v některých případech darovat finanční nebo materiální prostředky nebo jinou bezplatnou službu jako humanitární pomoc lidem v nouzi. Může k tomu použít buď renomovanou nevládní organizaci, nebo obecně prospěšné společnosti Člověk v tísni, ve které má ČT své zastoupení.<sup>97</sup>

## **Článek 21     Komerční část programu**

ČT poskytuje část svého vysílacího času inzerentům. Takto získané peněžní prostředky tvoří důležitou část příjmu. Ve svém programu nesmí mít zařazenou skrytou, podprahovou a nezákonnou reklamu.<sup>98</sup>

---

<sup>95</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-18-zive-vysilani/>>.

<sup>96</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-19-kriticke-situace/>>.

<sup>97</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-20-charitativni-a-dobrocinnna-cinnost/>>.

<sup>98</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-21-komercni-casti-programu/>>.



## ***Článek 22     Střet zájmů***

Česká televize považuje za nepřipustný jakýkoliv střet zájmů pracovníků a externistů. Zaměstnanci pracující pro ČT, nesmí přijmout dar nebo jiný ekonomický prospěch ani po natočení nebo odvysílání. Mohlo by se to jevit jako určité zpochybnění nestrannosti.

Jakákoliv spolupráce s jinými médii je podmíněna předchozím písemným souhlasem nadřízeného pracovníka. Ten k tomu dá souhlas pouze tehdy, nenaruší-li to zaměstnancovy povinnosti, které má k ČT.<sup>99</sup>

## ***Článek 24     Péče o archivní fond***

Veškeré materiály včetně odvysílaných pořadů a audiovizuálních a písemných záznamů ČT archivuje nad rámec zákona, pokud tomu nebrání například dříve uzavřená smlouva. V programu ČT mají své místo pravidelné pořady, pojednávající o bohatství jejího archivního fondu.<sup>100</sup>

## ***Článek 25     Základní pravidla hospodaření***

Pokud považuje ČT nějakou část svého majetku za již nepotřebnou, nejprve se ji pokusí prodat za tržní hodnotu. Jeví-li se prodej jako ekonomicky nevýhodný, nabídne tento majetek k humanitárním nebo charitativním účelům.<sup>101</sup>

## ***Etický panel***

Etický panel České televize je tvořen z pěti členů. Jejich jmenování nebo případné odvolání je úkolem generálního ředitele, který tento úkon provede po poradě s Radou České televize.

Podstatou jeho existence je posílení důvěry mezi veřejností a zároveň dodržování odpovědného přístupu ČT k otázkám týkajících se profesní etiky. Etický panel je poradním orgánem generálního ředitele. Rada České televize má rovněž právo vyžádat

---

<sup>99</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-22-stret-zajmu/>>.

<sup>100</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-24-peco-o-archivni-fond/>>.

<sup>101</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-25-zakladni-pravidla-hospodareni/>>.

si od Etického panelu názor k dotazům, které se týkají uplatňování Kodexu České televize.<sup>102</sup>

### 3.4 Porušení etických kodexů

#### *Etický kodex novináře*

Syndikát novinářů České republiky v poslední době řešil například stížnost na blog Aktuálně.cz, konkrétně na článek pod názvem Anonymous nejsou cool piráti z Karibiku, ale teroristé. Komise pro etiku se k tomu vyjádřila, že se jedná o autorský blog, komentář a názor autora, pro které platí jiná pravidla než pro materiál zpravodajský.

Další stížnost vzešla od pana V. Palečka. Týkala se problému, zda mohou někteří lidé, kteří se vydávají za novináře, natáčet lidi bez jejich souhlasu a následně tato videa publikovat na internetu. Komise se touto oblastí nezabývá, ale pokud se jedná o veřejný zájem, může si dotyčný od policie vyžádat totožnost novináře. Obecně je totiž zakázáno natáčet osobu proti její vůli.

Mnoho případů uváděných na stránkách Syndikátu ještě stále není uzavřených z důvodu nevyjádření redakce.<sup>103</sup>

#### *Česká televize*

Etický panel řešil stížnost týkající se pořadu Otázky Václava Moravce z 1. dubna 2012. Lesy ČR si zde stěžovaly na informace uveřejněné v tomto pořadu. Etický panel konstatoval, že pořad byl připraven pečlivě, a že obsahoval informace zjištěné od Nejvyššího kontrolního úřadu a tudíž byl v souladu s Etickým kodexem České televize.

Druhá stížnost se vztahovala k informacím uveřejněným na stanici ČT24. Konkrétně se jednalo o rozhovor s novinářem Petrem Holubem, odvysílaném v pořadu Studio 6. Etický panel dospěl k závěru, že Česká televize měla dbát na pravidlo vyváženosti svých informací a zároveň dát možnost vyjádřit se k danému problému také druhé straně, což neučinila. Etický panel pro příště doporučuje, aby bylo v rozhovorech

---

<sup>102</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelivize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/eticky-panel-a-zaverecna-ustanoveni/>>.

<sup>103</sup> SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Etika, stanoviska [online]. 2008, [cit. 2012-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/21/etika/stanoviska>>.

podobného typu přihlíženo k hodnotě získávaných informací, ale také k dílu odpovědnosti za pravděpodobný dopad na morální újmu nařčených osob a institucí.<sup>104</sup>

Výše zmíněné stížnosti na činnost České televize nebo jiných médií, se váží k letošnímu roku. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání v loňském roce udělila pokuty České televizi zejména z důvodů neoddělené reklamy. V takovém případě se udělená pokuta pohybuje v rozmezí od 50 000 Kč výše.<sup>105</sup>

---

<sup>104</sup> ČESKÁ TELEVIZE. Etický panel. [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/eticky-panel/>>.

<sup>105</sup> RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ. Rozhodnutí o uložení pokuty [online]. 2012, [cit. 2012-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/rozhodnuti-o-ulozeni-pokuty-ceska-televize.htm>>.

## 4 Využití řešené problematiky v žurnalistice

### 4.1 Editorial

Vážení a milí čtenáři,

hlavním tématem práce je podnikatelská etika. Když se řekne tento pojem, málokdo přesně ví, co si pod ním představit. Rozhodli jsme se, že Vám jeho význam přiblížíme na příkladu, který Vám bude zajisté velice blízký. V tomto čísle se budeme podrobně věnovat problému zkažených potravin, které jsou součástí výše zmíněné disciplíny, a se kterým se setkáváme častěji než kdy dříve.

Jenom v průběhu letošního roku objevila Česká obchodní inspekce několik obchodních řetězců, u kterých se objevily podvody s přelepováním etiket. V únoru Černého Petra získal hypermarket Albert, který opakovaně přelepoval datum spotřeby u balených sýrů, a od toho se pochopitelně odvíjela také jejich cena. Na jednom vzorku se ukázalo, že datum spotřeby bylo přelepeno dokonce dvakrát.

Možná, že se snažili udělat z obyčejných sýrů, ty s ušlechtilou plísní. Nebo se nás naopak snažili přesvědčit o tom, že situace v tuzemsku ještě není natolik tragická, a že drahé potraviny tady opravdu nemáme. Teda alespoň v Albertu ne. Obyčejný člověk jim na to bohužel skočí. Většina z nás je ráda, když najde v obchodě nějakou tu „slevičku“ případně o nějakou kačku levnější zboží.

Situace v Česku se v současné době nejeví zrovna nejlépe. Když lidé slyší o dalším zdražování, vypínají televizor, a co nejdříve se vydají do některého ze super nebo hyper marketů a nakoupí všechno potřebné, dokud je to ještě za staré ceny. Toho samozřejmě markety využívají a dělají s potravinami nejrůznější machinace. Snaží se prodat, co se dá a k tomu využívají jejich oblíbený nástroj – ETIKETY, pomocí kterých prodlužují datum spotřeby. Troufnu si však tvrdit, že tím si bohužel oblibu u zákazníků nezískají, ale naopak. Lidé se více zaměří na to, co kupují nebo proč je zrovna konkrétní zboží ve slevě.

Nedělejme si iluze, takto to nefunguje jen u nás. Stačí, když se podíváme k našim severovýchodním sousedům. Ti v poslední době řeší jeden skandál za druhým. Nejprve se vytáhli s technickou solí, potom s vaječnou moučkou a před několika týdny pro změnu se zkaženými rybami.

Podvodníci z řad prodejců nevymizí asi nikdy, ale stát by se měl pokusit ošetřit jejich nekorektní jednání, které si v poslední době nějak moc oblíbili. Vždyť ve vládě

vymýšlejí jeden lepší zákon než druhý. Mohli by pro změnu zkusit vymyslet nějaký, který by zamezil tomu, aby se nám potraviny s obsahem penicilínu už nedostávaly na pulty prodejen.

Hezký týden!

Michala Gawelczykova

## 4.2 Úvodník - určeno pro klasické médium

### Podnikatelská etika je v Česku stále španělskou vesnicí

Etika podnikání je obor, jehož význam v posledních letech stále stoupá a to nejen v zahraničí, ale také v České republice. V západních zemích je tato disciplína brána jako určitý standard, u nás je to ještě spíše „španělská vesnice“.

Česko za Západem poněkud pokulhává zejména z toho důvodu, že naše republika zažila v posledních desetiletích několik převratů, které měly za následek to, že jsme se od Západu, co se týče této disciplíny, dost vzdálili. *„Bohužel v českém národě je pořád ještě zakořeněno totalitní zřízení, kdy neexistovala úcta a respekt k soukromému vlastnictví a pořád si všichni myslí, že všechno patří všem. A pokud je někdo slušný a úspěšný, tak je považován za zloděje,“* komentuje situaci v tuzemsku Zdeněk Novák, vedoucí obchodního oddělení Honda Power Equipment.

Podnikatelská etika ale není v Česku ničím naprosto novým. Za vzor eticky korektního podnikatele platil na přelomu 19. a 20. století Tomáš Baťa. Uznával názor, že dobrý podnikatel vyrábí pro zákazníky a slouží společnosti. A ne nadarmo se jeho firma stala největší obuvnickou společností té doby.

V současnosti si podnikatelé opět začínají uvědomovat, že zavedení etických pravidel ve firmě bude mít pro ně zaručený úspěch. Naopak, když nebudou platit své závazky, rychle se zadluží, a tak zaručeně klesnou i v očích svých zákazníků. *„Myslím si, že máme velké rezervy ve férovém a seriózním přístupu k podnikání, k dodržování slova, k dodržení smluv a kvality,“* říká Tomáš Belinger, obchodní ředitel společnosti Vari, která vyrábí zahradní techniku.

V České republice se v poslední době velice často setkáváme s případy, kdy nás chtějí nejrůznější obchodní řetězce oklamat tím, že nabízejí prošlé potraviny. Rafinovaně přelepují datum spotřeby, nahrazují ho novým a vůbec si neuvědomují, že takové jednání je nejen porušením platných právních norem, ale také zásadním způsobem snižuje důvěru v podnikatelskou etiku v potravinářství. Jenom od začátku letošního roku se tohoto pochybení dopustilo pět velkých obchodních řetězců: Albert, Billa, Kaufland, Penny market a Tesco.

Nejčastěji přelepovali etikety u sýrů, uzenin nebo salátů. U společnosti Penny market kontroloři objevili dokonce plesnivé a shnilé potraviny ze sortimentu ovoce a

zeleniny. Viníci sice deklarovali snahu řešit toto pochybení radikálně, ale důvěra zákazníků notně utrpěla a jen málokterý nakupující věří v definitivní nápravu. Pesimismu nahrává fakt, že problémy České obchodní inspekce s přelepováním etiket a zkaženým zbožím, řešila v minulosti už několikrát.

## 4.3 Rozhovor

### Tomáš Belinger

**„Když něčemu člověk věří, tak to dokáže.“**

*Tomáš Belinger se narodil v roce 1977 v Českém Brodě. Bakalářské studium absolvoval na University of New York obor Business Administration a dále pokračoval dvouletým M. B. A. programem. Po ukončení bakalářského studia vystřídal několik pracovních pozic a momentálně je obchodním ředitelem firmy Vari, která se zabývá výrobou a prodejem zahradní techniky.*

*Za svou profesní kariéru měl také možnost strávit 9 měsíců na pracovní stáži v Číně.*



#### **Co všechno jste během svého pracovního pobytu v Číně poznal?**

Zejména jsme tam stroje testovali v reálných podmínkách u čínských zemědělců a farmářů. Na vesnici jsem strávil řadu dní a týdnů, se stroji jsme denně pracovali a ověřovali jejich užitnost a použitelnost pro místní podmínky a pro požadavky místních lidí. To byly dva hlavní úkoly, proč jsem tam byl. K tomu se samozřejmě přidala určitá zvědavost, aby člověk poznal jinou kulturu, jiné zvyky a prostředí, což k tomu samozřejmě patří.

#### **Takže měl jste možnost Čínu poznat i z té druhé stránky?**

Ano určitě. Poznal jsem ji lépe než turista, protože ta turistická fáze je trochu jiná než ta pracovní.

#### **Vy jste tam byl v nějakém větším městě?**

Byl jsem ve větším městě Čchang-ša v provincii Chu-nan. Je to asi 4 milionové město, velikostí je Číňany hodnoceno jako

střední okresní město. V našich měřítkách je to jako bych byl řekněme v Kopřivnici.

#### **Čína je v současné době ekonomicky perspektivní, neuvažoval jste o možnosti zůstat tam natrvalo?**

Dlouhodobější pracovní pobyty, pracovní cesty případně delší období třeba dva roky si umím představit, ale natrvalo tam zůstat to určitě ne. Mám tu naši kompaktní, hezkou čist'ou republiku moc rád, takže do Číny bych se asi nechtěl stěhovat.

#### **Mnoho podnikatelů působení v cizině láká, ale mají obavy z jazykových bariér. Jak to bylo u vás?**

Jazykové bariéry jsem se rozhodně bál, protože kultura a hlavně jazyková vybavenost obyvatel v té oblasti, kde jsem byl, se hodně blíží nule, takže bez pomoci asistentky, která umí výborně anglicky a čínsky tam nebylo možné udělat prakticky nic. Když jsem dělal takové pokusy, že budu samostatný, tak třeba jenom při nakupování surovin a potravin domů, než jsem se dopravoval k mouce, tak jsem si



jednou koupil bramborový škrob, podruhé cukr, pak nějakou mořskou sůl, protože to všechno mělo stejný modrý pytlík s „rozsypaným čajem“.

### **Pochytil jste nějaké základy čínštiny?**

Snažil jsem se, znám několik slovíček a takových frází, ale jinak jsem se studiu čínštiny příliš nevěnoval. Ať už díky své lenosti a pak i díky složitosti toho jazyka. Já nejsem nějaký velký lingvista, umím jen německy a anglicky a další jazyky mi už do hlavy nelezou.

### **Za svou profesní kariéru jste působil v mnoha pozicích. Ve které jste získal nejvíce zkušeností?**

V každé něco. Já jsem procházel firmou v podstatě od skladu, přes prodejnu, pak přes řízení prodejny, pak jsem měl na starosti naše čtyři značkové prodejny a poté jsem teprve přecházel do Vari na zahraniční obchod. Částečně jsem měl, a doteď mám, na starosti také reklamu a marketing a v současnosti také tuzemský obchod. Každá zkušenost byla dobrá, nechci asi říkat, kde člověk získal nejvíce zkušeností. Nejvíce jich člověk získává, když se o to, co dělá, aktivně zajímá, cestuje po světě, jezdí na výstavy a setkává se s lidmi a obchodními partnery na různých jednáních. To je asi nejlepší škola života, protože samotné obchodní pozice jsou o určité rutině a administrativě, ale to, co člověka rozvíjí, jsou vnější podněty

nikdy ne ty vnitřní v těch jednotlivých firmách.

### **Kde se cítíte při svých jednáních více jako ryba ve vodě, ve východních nebo západních státech?**

Je to těžké, já mám po celé Evropě řadu známých a přátel, kteří jsou úplně v pohodě, a nemůžu to takhle rozdělit. Hodně to závisí na tom partnerovi, který sedí naproti, o tom, jaký je člověk a jaký má přístup k životu bez ohledu, jestli to je Číňan, Francouz, Němec nebo Američan. Všeobecně v obchodě se říká, že třeba Francouzi jsou velice specifictí, problematičtí, díky své národní hrdosti a svému bazírování na francouzštině. Toto je určitě pozůstatek z koloniálního způsobu, který u nich v minulosti byl. Dále například u Poláků, kteří se zase strašně rádi dohadují a rádi bazírují na ceně a hledají různé kličky, takže nejsou nikdy úplně přímí. Němci jsou zase striktně precizní a vyžadují velice exaktní přístup k obchodu, jednání a ke smlouvám. Číňané nebo Asiaté vůbec vždy pohlíží na Evropana velice nedůvěřivě. Snaží se prohlédnout to, co si opravdu myslí, kam směřuje jednání nebo co za tím je dalšího. Je to velice složité, takže to vyžaduje celou řadu zkušeností, ale nelze říct, že by to jednání bylo nepříjemné. Číňané obvykle, když se něco dohodne, tak se to snaží dodržet, problematičtější je to třeba ve Vietnamu, kde se na prvním jednání

domluví hned všechno a pak se nestane vlastně vůbec nic. Co se týče Japonců, tak tam je velická nedůvěřivost a opatrnost vůči Evropanům. Velice dlouho trvá, než si u nich člověk získá alespoň špetku důvěry, aby byl akceptován jako partner, kterému je důvěřováno.

### **Říkal jste o Polácích, že rádi smlouvají, což je typické spíše pro asijské národy...**

Asiaté jsou v tom velice dobří, na druhou stranu většinou dokážou poznat, kde je už ta pomyslná mez, což Poláci občas ne.

### **Jak hodnotíte etiku podnikání v Česku? A v čem vidíte hlavní problém?**

Etika v Česku navazuje jistě na národní a politickou kulturu, protože demokracie je stále ještě mladá a nemáme tady bohužel příliš mnoho elit, ze kterých bychom si mohli vzít příklad. Ještě tady bohužel neplatí to, co je v západních zemích běžný standard. Myslím si, že máme velké rezervy ve férovém a seriózním přístupu k podnikání, k dodržení slova, k dodržení smluv a kvality. Všichni se běžně setkáváme s tím, že nás chce někdo napálit, takže to bude asi ještě chvíli trvat, než se to utříbí a vytříbí a lidi s neseriózním přístupem z byznysu ne vymizí, protože ti nevymizí asi nikdy, ale doufám, že jich bude méně a méně.

*„Ve Vietnamu se na prvním jednání domluví hned všechno a pak se nestane vlastně vůbec nic.“*

### **Která země se podle vás nachází na vrcholu v dodržování podnikatelské etiky?**

Já jsem osobně přesvědčený, že Německo, Rakousko a Švýcarsko. V Evropě jsou to minimálně tři takové vzory, na které se dá spolehnout, že co se řekne, tak to obvykle platí. Ale samozřejmě, že nelze všechny házet do jednoho pytle, ale v té obecné rovině si myslím, že jsou to tyto tři země.

### **Jak důležité je mít ve firmě stanovená určitá pravidla např. pomocí etických kodexů?**

Rozhodně, svědčí to o větší úrovni fungování dané společnosti. Když je nastaven etický kodex a jsou to závazná pravidla pro všechny, tak rozhodně firma navenek i uvnitř působí organizovaným způsobem. Je to taková vyšší nadstavba v přístupu k podnikání, která není ještě úplně obvyklá. Většinou se objevuje ve větších společnostech nebo v mezinárodních firmách, ale u našich menších a středních firem je to velice ojedinělé. Ale myslím si, že bychom se tam měli všichni dopracovat.

### **A vaše firma má etický kodex?**

Naše firma nemá etický kodex, teda alespoň ne pevně písemně stanovený. My ho udržujeme řekněme pocitově, ale nemáme přesně stanovený etický kodex, s kterým by byli seznámeni všichni

zaměstnanci v BG techniku nebo ve Vari. Máme ještě rezervy.

**Pracujete v ryze české firmě, ale v tuzemsku takových firem ubývá. Není to podle vás škoda?**

Svědčí to určitě i o podmínkách, které vytváří stát, o čitelnosti legislativy, o vymahatelnosti práva, podpoře podnikání a také zaměstnanosti. Není to rozhodně způsobeno tím, že by v naší republice byl nedostatek podnikavých lidí nebo lidí, kteří by neměli nějakou vizi nebo ideu. Spíše za to můžou podmínky, které tady jsou. Proto chytří a vzdělanější odcházejí pracovat do zahraničí nebo mění také lokalitu dle toho, kde se jim snáze podniká. Dalším důvodem je určitě také selekce, kdy na začátku naší mladé demokracie začalo podnikat mnoho lidí, a ne každý dokáže dnes obstát v konkurenci. Proto se zdá, že je úbytek podnikatelů, ale ono je to spíše oddělování zrna od plev, než že by to mělo vliv na schopnost nebo neschopnost. Pokud někdo samozřejmě

*„Když je nastaven etický kodex a jsou to závazná pravidla pro všechny, tak rozhodně firma navenek i uvnitř působí organizovaným způsobem.“*

začal podnikat a hned si koupil drahé auto a barák a v podstatě zadlužil firmu hned na začátku, tak velmi těžko přežil do dnešní doby.

**Říkal jste, že hodně našich manažerů odchází do zahraničí. Dá se tedy nějak shrnout, kam čeští manažeři nejčastěji směřují?**

Samozřejmě máme světu co nabídnout zejména v profesích, které se motají kolem designu a rozhodně máme spoustu schopných lidí v technologiích a IT. Asi teda zejména odcházejí do západní Evropy, Anglie a Irska.

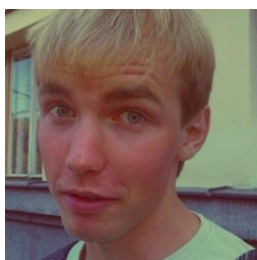
**Co byste poradil mladým začínajícím podnikatelům?**

No to je poměrně těžká otázka, protože dneska si s tím každý musí poradit sám, ale každopádně otevřenou mysl i oči a férový a seriózní přístup. To si myslím, že jsou základní kameny toho, aby člověk uspěl. Věnovat se poctivě práci, získat odbornost v tom, co chce dělat, držet se vize a myšlenek, které má, protože většinou, když něčemu člověk věří, tak to dokáže.

## 4.4 Anketa

**V současné době narůstají případy podvodných obchodů. Vyplývá to i ze statistik Policie České republiky. Výjimkou není ani internet. Objednáte si zboží, zaplatíte za něj, ale nedočkáte se ho.**

**Myslíte si, že k nárůstu neseriózních prodejů přispěl internet, a proč?**



**Jan Hořák (22 let)**

No myslím si, že mohlo přispět, protože nikdo nemá záruku, že obchod proběhne, a když se pošlou peníze dopředu, tak není důvod, aby nám dotyčný zboží poslal a obchod se vůbec uskutečnil. Internetové obchody jako třeba Aukro nebo ebay, stále fungují, protože se tyto servery stále více zabezpečují, zaručují, aby obchod proběhnul správně, a snaží se odhalit případné podvodníky. Tady je ten problém určitě menší. Pokud se však jedná např. o Avízo, kde se jedná čistě jen o inzerát a je to o tom, že se člověk musí určitým způsobem domluvit, tak tady je ta možnost samozřejmě větší.



**Filip Chadžijskij (24 let)**

Já si myslím, že jo, protože je to více anonymní a ten člověk si myslí, že se skryje. To je jako na Facebooku, kde člověk žije takové dvě svoje identity, skutečný nudný život a na Facebooku svůj druhý. Tak je to možná i u toho internetového obchodu, protože lidé si myslí, že se skryjí za nějakým jiným jménem a přitom to jde všechno krásně vyhledat např. kdo, odkud, co podvedl atd. V dnešní době toho bude ale narůstat více a více, protože tady teď panuje určitá krize. Lidi to bude teďka více a více svádět k tomu, aby podváděli nebo aby někoho nachytali. Je to vidět, jak podvodníci chodí ve skupinách po domech starých babiček, a pak je vykradou.



**Tomáš Buroň (22 let)**

Já myslím, že určitě, protože dneska mnoho lidí zakládá internetové obchody jenom skrz to, aby oškubali lidi, a svoji firmu za pár měsíců zavřou a dělají jakoby nic a pak otevřou nějakou další. Neříkám, že jsou takoví všichni, samozřejmě tady

je spousta seriózních firem, které se nám snaží nabídnout své dobré služby, ale jsou tady i takoví, kteří na tom chtějí jen vydělat a potom to tak vypadá.



**Markéta Hamalová (24 let)**

Myslím si, že jo, protože jsou daleko více anonymní. Můžou se daleko snadněji zaštitit za nějakou firmu a člověk dotyčného nevidí, tak jako v prodejně, můžou napsat cokoliv a ve skutečnosti to nemusí být vůbec pravda.



**Marek Kadlubiec (25 let)**

Myslím si, že ano, protože lidé jsou anonymně schovaní za jménem, které nemusí znamenat vůbec nic konkrétního, nebo si mohou vymýšlet úplně všechno. To vede k tomu, že za své chování nenesou žádné následky, protože nikdo nezná konkrétního člověka, kdo mu co prodal. Nemůže se tudíž na nikoho odvolávat a člověk si může vymyslet, napsat a prodat cokoliv. Nikdo dotyčného nikdy neuvidí a policie ho nikdy nedohledá.

## 5 Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo zohlednit všechny aspekty týkající se podnikatelské etiky a zaměřit se na etické kodexy, které jsou využívány jednotlivými mediálními firmami v České republice.

Na začátku třetí části bylo třeba začít samotným Etickým kodexem novináře vydaným Syndikátem novinářů České republiky. Po něm následoval Etický kodex MF DNES a jeho internetová verze serveru iDNES.cz a Kodex České televize. Dále se tato práce zabývala porušením Kodexu České televize a Etického kodexu novináře.

Etika jako taková nás provází na každém kroku. Nelze se proto divit, že se s ní setkáme v náboženství, v práci, v souvislosti s životním prostředím nebo v podnikání. Kořeny etického uvažování sahají až do starověkého Řecka.

Podnikatelská etika je obor, ke kterému by se měly postupně podle západního vzoru dopracovat všechny země světa. To pochopil už Tomáš Baťa, který ve své době byl považován za eticky korektního podnikatele, protože zjistil, že dobrý podnikatel vyrábí pro zákazníky a slouží společnosti. Toto jednání se u našich současných podnikatelů bohužel vytratilo a zřejmě ještě chvíli potrvá, než se podnikatelská etika stane pro firmy určitou normou, kterou bude mít každý podnikatel v povědomí.

Ve firmách jsou pravidla nastavena pomocí etických kodexů, které jsou v současnosti doménou spíše mezinárodních společností, u kterých tento dokument vytváří určitou image. Menší a střední firmy se k tomu snad časem také dopracují a pochopí, že mít ve firmě nastavená určitá pravidla je v dnešní době vcelku důležité. Nikde není řečeno, že respektování lidských práv v organizaci zaručí její efektivnost. Na druhé straně pokud firma lidská práva nerespektuje, koleduje si o poškození důvěryhodnosti a vlastní image.

Literatury zabývající se touto problematikou je mnoho. Pro tuto práci jsme se snažili vybrat ty, ve kterých autoři zmiňují to nejdůležitější. Samozřejmě každý z autorů má odlišný pohled na podnikatelskou etiku, ale v jednom se shodnou, a to, že bez stanovených pravidel v podnikání v dnešní nedůvěřivé době se uspěje jen stěží. U lidí se vytratily základní hodnoty, kterými je třeba obvyčejné dodržení slova.

Práce je rozdělena do celkem pěti kapitol, z nichž nejtěžší byla třetí. Bylo obtížné se v některých etických kodexech zorientovat a vyzdvihnout z nich to nejpodstatnější. Proto jsme vybrali zejména ty z nich, které se jevily jako nejsrozumitelnější. Velkým překvapením v této práci byl zřejmě názor podnikatelů, kteří se shodli na tom, že tato

problematika je u nás ještě v peřince, ale postupem času by se k ní měla každá firma dopracovat.

## Seznam použité literatury

### Tištěné zdroje

- BÍLÝ, Jiří. *Základy etiky, estetiky a religionistiky*. Praha: Eurolex Bohemia, 2005. 170 s. ISBN 80-86861-21-X.
- BLÁHA, Jiří. *Podnikatelská etika – předpoklad úspěšného rozvoje organizace*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2001. 234 s. ISBN 80-248-0008-X.
- BLÁHA, Jiří. *Manažerská etika*. Praha: Management Press, 2003. 155 s. ISBN 80-7261-084-8.
- ČANÍK, Petr. *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2006. 123 s. ISBN 80-245-1143-6.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Kodex České televize*. Praha: Česká televize, 2003. 46 s. ISBN 80-85005-46-8.
- KRYMLÁKOVÁ, Hana. *Etika a odpovědnost organizace*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009. 238 s. ISBN 978-80-248-2092-7.
- PUTNOVÁ, Anna. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada, 2007. 166 s. ISBN 978-80-247-1621-3.
- PUTNOVÁ, Anna. *Sociální vztahy a etika podnikání*. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. 67 s. ISBN 80-86510-73-5.
- PUTNOVÁ, Anna. *Společenský styk, rétorika, etika podnikání*. Brno: Zdeněk Novotný, 2001. 89 s. ISBN 80-214-2024-3.
- ROLNÝ, Ivo. *Globalizace, etika, ekonomika*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2008. 281 s. ISBN 978-80-87071-62-5.
- SEKNIČKA, Pavel. *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: Codex Bohemia, 1997. 188 s. ISBN 80-85963-40-X.
- VANĚK, Jiří. *Principy obecné, ekonomické a informační etiky*. Praha: Eurolex Bohemia, 2005. 246 s. ISBN 80-8661-54-6.

### Elektronické zdroje

- ČESKÁ TELEVIZE. Základní informace o ČT [online]. 1996-2012, [cit. 2012-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>>.
- ČTK. Nejvíce znečištěné ovzduší je v Íránu, Pákistánu a Indii. *ekolist.cz* [online]. 27. 9. 2011, [cit. 2012-03-18]. Dostupný z WWW:



<<http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/who-nejvic-znecistene-ovzdusi-je-v-iranu-pakistanu-a-indii>>.

ČTK. Brusel prodlouží potravinovou pomoc pro nejchudší obyvatele unie. *Týden.cz* [online]. 15. 2. 2012, [cit. 2012-03-10]. Dostupný z WWW: <[http://www.tyden.cz/rubriky/zahranici/evropa/brusel-prodlouzi-potravinovou-pomoc-pro-nejchudsi-obyvatele-unie\\_225411.html](http://www.tyden.cz/rubriky/zahranici/evropa/brusel-prodlouzi-potravinovou-pomoc-pro-nejchudsi-obyvatele-unie_225411.html)>.

HÁJEK, M. Rekordní nezaměstnanost v EU 10,7 procenta. V Česku “jen“ 7 procent. *Eurozpravy.cz* [online]. 1. 3. 2012, [cit. 2012-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://ekonomika.eurozpravy.cz/evropa/44879-rekordni-nezamestnanost-v-eu-10-7-procenta-v-cesku-jen-7-procent/>>.

MEDIÁLNÍ SKUPINA MAFRA. iDNES.cz [online]. 2012, [cit. 2012-04-06]. Dostupný z WWW: <[http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra\\_all\cs\\_produkty-a-sluzby\\_idnes-cz.htm&menu=>](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_idnes-cz.htm&menu=>)>.

MF DNES. Redakce v každém kraji [online]. 1999-2012, [cit. 2012-04-06]. Dostupný z WWW: <<http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/kdo-jsme>>.

MF DNES. Etický kodex [online]. 1999-2012, [cit. 2012-04-07]. Dostupný z WWW: <<http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/eticky-kodex>>.

NOVINKY. Česko bude první země bez náboženské víry, říká americká studie. *Novinky.cz* [online]. 22. 3. 2011, [cit. 2012-03-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/veda-skoly/228484-cesko-bude-prvni-zeme-bez-nabozenske-viry-rika-americka-studie.html>>.

RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ. Rozhodnutí o uložení pokuty [online]. 2012, [cit. 2012-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/rozhodnuti-o-ulozeni-pokuty-ceska-televize.htm>>.

SEHNALOVÁ, O. Evropská potravinová pomoc chudým funguje. Proč ji rušit? *Evropské zprávy* [online]. 15. 2. 2012, [cit. 2012-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.evropskezpravy.cz/aktuality/evropska-potravinova-pomoc-chudym-funguje-proc-ji-rusit>>.

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Syndikát novinářů [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/3/syndikat>>.

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Komise pro etiku [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/etika>>.

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. Etický kodex novináře [online]. 2008, [cit. 2012-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>.

### **Ostatní**

Interní material MF DNES a iDNES.cz

## Seznam zkratk

AV	Akademie věd
ČR	Česká republika
ČT	Česká televize
ČTK	Česká tisková kancelář
EU	Evropská unie
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
MBA	Master of Business Administration
MF DNES	Mladá fronta DNES
MHD	Městská hromadná doprava
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OSN	Organizace spojených národů
USA	United States of America

## **Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce**

Prohlašuji, že

jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;


beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO)

má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3); souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;

bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě od mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

Ostrava, 8. května 2012

  
Michala Gawelczyková

Adresa trvalého pobytu:

Želazného 4

712 00 OSTRAVA

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1: Společný etický kodex MF DNES a iDNES.cz

## **Příloha č. 1: Společný etický kodex novinářů MF DNES a serveru iDNES.cz**

### **ETICKÝ KODEX MF DNES A IDNES.cz**

TENTO SOUBOR PRAVIDEL PLATÍ PRO VŠECHNY PRACOVNÍKY, KTERÍ SE PODÍLEJÍ NA PSANÍ, EDITOVÁNÍ A PŘÍPRAVĚ OBSAHU DENÍKU A SERVERU IDNES.CZ.

- 1) Povinností každého pracovníka MF DNES a iDNES.cz je poskytovat čtenáři pravdivé, přesné a nezkreslené informace.
- 2) Pokud je zřejmé, že MF DNES nebo iDNES.cz přece jen zveřejnila informace nepravdivé, zkreslené či zavádějící, neprodleně učiní jejich opravu.
- 3) iDNES.cz a MF DNES se vyhýbají jakýmkoliv předsudkům a pejorativním výrazům ve spojení s rasou, národností, pohlavím, náboženským vyznáním, politickým přesvědčením, sexuální orientací či profesním a společenským zařazením.
- 4) Redaktoři mají povinnost chránit své zdroje informací, pokud si to zdroje přejí. Zároveň však mají povinnost na požádání zdroj informací oznámit vedení redakce.
- 5) Každý článek, jehož zveřejnění může být spojeno s rizikem žaloby, je autor a editor povinen před uveřejněním konzultovat s některým členem šéfredakce. V případě nutnosti bude přizván právník společnosti MAFRA, a. s.
- 6) Při své práci jsou redaktoři a ostatní pracovníci reprezentanty iDNES.cz či MF DNES. Jejich vystupování nesmí žádným způsobem poškozovat dobrou pověst serveru a vydavatelství. Platí to i při publikování a působení na sociálních sítích jako jsou blog, Facebook, Twitter atd., kde musejí mít na paměti, že budou stále spojováni se značkou iDNES či MF DNES.
- 7) Redaktor a fotograf iDNES.cz a MF DNES musí při své práci vždy uvést účel, za jakým získává informace. Nepoužívá nepoctivé prostředky pro jejich získání. Jen ve výjimečných případech, kdy nelze závažnou informaci získat jinak, nemusí redaktor dotazovanému své povolání sdělit: takový postup však musí schválit vždy nadřízený.
- 8) Redaktoři a fotografové MF DNES a iDNES.cz nesmějí využívat ke svému vlastnímu prospěchu informace, které získávají při své práci, před jejich oficiálním zveřejněním. Takové informace ani nesmějí poskytnout před tímto zveřejněním nikomu dalšímu.
- 9) Redaktoři iDNES.cz a MF DNES nesmějí psát o podnicích, v nichž mají oni sami, jejich rodinní příslušníci nebo osoby blízké významný majetkový podíl či jiný osobní zájem. Pokud píší o podnicích, jejichž akcie vlastní oni či osoby jim blízké, je povinností seznámit s touto skutečností svého přímého nadřízeného.
- 10) Pokud novináři, případně fotografovi hrozí při výkonu práce pro MF DNES či iDNES.cz jakýkoliv konflikt zájmů, je povinen s tím seznámit svého nadřízeného a takové práci se vyhnout. Jakákoliv občanská či politická angažovanost nesmí být v rozporu se zásadou nezávislosti deníku a serveru a nesmí poškozovat jeho dobrou pověst.
- 11) Autorská činnost zaměstnanců v jiných médiích, pokud je to soukromá aktivita nevyžádaná vedením redakce či vydavatelstvím, musí být předem schválena šéfredaktorem či příslušným zástupcem šéfredaktora. Taková činnost nesmí nijak ohrozit či oslabit iDNES.cz či MF DNES a nesmí být vykonávána během pracovní doby. Pokud je působení v jiných médiích vedením redakce schváleno,

vždy musí být u jména redaktora uvedeno, že je členem redakce MF DNES a iDNES.cz.

- 12) Redaktorům a ostatním pracovníkům iDNES.cz či MF DNES je zakázáno podílet se na přípravě PR článků, inzertních článků a reklamních kampaní ve prospěch někoho jiného než MAFRA, a.s.
- 13) Novinář a fotograf iDNES.cz a MF DNES nesmí přijímat výhody, jež jsou mu nabízeny z titulu jeho práce.
- 14) Redaktor a fotograf může akceptovat dárky do hodnoty 500 Kč. Pokud dar tuto výši převyšuje a není zdvořilé ho v dané situaci odmítnout, platí pravidlo: dar přijmout s tím, že ho MF DNES či iDNES.cz věnuje na charitativní účely. To je nutné dárci vysvětlit.
- 15) Zahraniční cesty pracovníků MF DNES a iDNES.cz si prioritně platíme sami ze svých rozpočtů. Pozvání na nejrůznější cesty, jež pořádají třetí soukromé subjekty, lze akceptovat pouze za dodržení určitých podmínek. Vždy ji musí výslovně schválit vedení redakce, které se dozví všechny okolnosti takové cesty. Cesta musí mít smysl pro redakční práci. Hostitel také obdrží obecně platný dopis šéfredaktora, že redakce si nadále zachová nestrannost a v důsledku cesty se rozhodně nezavazuje k tomu, že bude informovat v jeho prospěch. Konečně v článku či pod článkem, který vznikl na základě cesty byt' jen částečně placené třetím subjektem, musí být jasně uvedeno, kdo cestu novináři platil.
- 16) Redaktoři musí podávat čtenářům informace opřené o ověřitelné údaje o povaze výrobků, služeb a právních předpisů. Subjektivní hodnocení redaktora musí být jasně označeno. Pokud byly k testu výrobky zapůjčeny (např. výrobcem), v článku je to uvedeno, aby u čtenářů nemohl vzniknout mylný dojem, že redakce výrobky koupila bez vědomí (např. výrobce).
- 17) Autoři, editoři i ostatní osoby podílející se na výrobě MF DNES a iDNES.cz se při své práci řídí platnými zákonnými předpisy České republiky. Obzvláště bedlivě sledují, zda jej jejich činnost v souladu s autorskoprávními předpisy.
- 18) Redaktoři, editoři a další členové redakce MF DNES a iDNES.cz respektují práci zaměstnanců konkurenčních periodik. Při přebírání informací z jiných médií uvádějí jejich původ.
- 19) Novináři a fotografové iDNES.cz a MF DNES (i další zaměstnanci redakce) zachovávají loajalitu redakci i vydavatelství, zejména neposkytují žádné informace o plánované i vykonávané práci redakčního týmu či jednotlivých kolegů, a to ani na sociálních sítích jako jsou blogy, Facebook, Twitter atd.

Zdroj: MF DNES. Etický kodex [online]. 1999-2012, [cit. 2012-04-07]. Dostupný z WWW:  
< <http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/eticky-kodex>>.